



## CÓDIGO DE ÉTICA

En **WINNER WORLD INTERNATIONAL** en lo sucesivo (**WWI**), estamos comprometidos con los más altos estándares de integridad, honestidad y responsabilidad en todas nuestras operaciones. Como empresa líder en el sector multinivel, reconocemos que el éxito sostenible se construye sobre la confianza mutua y el respeto hacia nuestros empleados, distribuidores, clientes y socios. Este Código de Ética refleja los valores fundamentales que guían nuestras decisiones y acciones en cada mercado en el que operamos.

Reconocemos que el modelo de negocio multinivel conlleva una responsabilidad adicional, ya que no solo comercializamos productos y servicios, sino que también brindamos oportunidades de crecimiento personal y financiero a miles de personas en todo el mundo. Por lo tanto, este código ha sido diseñado para asegurar que todas nuestras actividades sean transparentes, justas y estén alineadas con principios éticos y legales.

Este Código de Ética establece las pautas que deben seguir todos los miembros de nuestra organización, desde la alta dirección hasta cada uno de nuestros distribuidores. Estas directrices tienen el objetivo de promover comportamientos éticos en nuestras relaciones internas y externas, protegiendo la integridad de nuestra empresa y el bienestar de quienes interactúan con ella.

Este Código aplica a todos los DAI, sin distinción de rango, país, antigüedad o posición dentro de la red.



## **1. Alcance y Aplicación**

Este Código se aplica a todos los Distribuidores Independientes Autorizados en lo sucesivo (DAI) en todas las jurisdicciones donde WWI opera, incluyendo, de manera enunciativa mas no limitativa:

- Actividades de ventas y promoción de productos.
- Reclutamiento y formación de nuevos DAI.
- Uso de marcas, materiales de marketing, redes sociales y comunicaciones públicas.
- Interacciones con otros DAI, clientes, autoridades regulatorias y el público en general.

## **2. Transparencia y Veracidad en la Información**

### **2.1. Presentación de la Oportunidad de Negocio**

- Toda la información proporcionada sobre la oportunidad de negocio, el plan de compensación y los productos o servicios debe ser completa, veraz y precisa.
- Prohibimos cualquier tergiversación o exageración respecto al potencial de ganancias. Los distribuidores y representantes deben utilizar ejemplos claros y realistas basados en resultados verificables.
- Deben indicarse los riesgos asociados a la participación en el negocio y hacer notar que el éxito no está garantizado, sino que depende del esfuerzo personal.

### **2.2. Claridad en la Oferta de Productos**

- Las descripciones de los productos o servicios deben ser precisas y no incluir afirmaciones falsas o engañosas sobre los beneficios o cualidades de los mismos.
- Se debe especificar claramente el precio de venta, los costos adicionales (envío, impuestos, etc.) y las condiciones de devolución o garantía.



### **2.3. Condiciones del Plan de Compensación**

- El plan de compensación debe ser fácil de entender y debe estar disponible en todo momento para los distribuidores y clientes interesados. Esto incluye detalles sobre cómo se calculan las comisiones, los bonos y las recompensas.
- Prohibimos las promesas o expectativas de ingresos que no estén basadas en la realidad o en los logros tangibles de los participantes.

## **3. Regulación de Publicidad, Marketing y Presencia Digital**

La Empresa establece que toda actividad de publicidad, promoción, marketing, comunicación institucional y presencia digital incluyendo redes sociales, plataformas digitales, mensajería electrónica, eventos presenciales, actividades sociales, presentaciones comerciales y cualquier otro medio de difusión deberá realizarse exclusivamente dentro de los escenarios y lineamientos expresamente autorizados por la Empresa.

El uso de materiales promocionales será obligatorio y restringido únicamente a aquellos previamente aprobados y emitidos por la Empresa, quedando estrictamente prohibida la elaboración, modificación o difusión de contenidos no autorizados.

Toda comunicación pública deberá identificar de forma clara y verificable al Distribuidor Independiente Autorizado (DAI), incluyendo su nombre legal completo y su rol dentro de la red comercial.

Las publicaciones en redes sociales y medios digitales deberán cumplir normas claras de veracidad, coherencia institucional, uso correcto de marca y respeto a la imagen corporativa.

La Empresa se reserva el derecho de supervisar, regular y retirar cualquier material que no cumpla con este Código.



## **4. Legalidad y Cumplimiento Normativo**

### **4.1. Conformidad con las Leyes Locales e Internacionales**

- La empresa garantiza que todas las operaciones cumplirán con las normativas locales e internacionales donde esté presente, incluidas las leyes sobre marketing multinivel, derechos laborales, privacidad y protección al consumidor.
- Prohibimos la participación en esquemas piramidales o cualquier actividad que contravenga las leyes vigentes. El modelo de negocio debe basarse en la venta legítima de productos o servicios, no en la simple captación de nuevos miembros.

### **4.2. Prevención del Fraude**

- Se implementarán sistemas de auditoría interna y controles para prevenir actividades fraudulentas dentro de la organización, tanto por parte de empleados como de distribuidores.
- Los distribuidores deben abstenerse de actividades ilegales, como ventas no autorizadas, falsificación de ventas o uso indebido de datos personales.

### **4.3. Cumplimiento Legal y Fiscal**

Todos los DAI deberán cumplir con leyes locales, nacionales e internacionales, y mantener registros adecuados para auditorías o revisiones de autoridades.

## **5. Compromiso con la Honestidad y la Integridad**

### **5.1. Relación con Distribuidores**

- La empresa garantiza la igualdad de oportunidades para todos los distribuidores, sin discriminación por género, raza, nacionalidad, religión, orientación sexual o discapacidad.



- Prohibimos la creación de expectativas irreales o la presión indebida a los distribuidores para realizar inversiones más allá de lo razonable o necesario para su actividad.

### **5.2. Competencia Justa**

- La empresa fomenta la competencia justa y leal entre sus distribuidores. No se permite que un distribuidor utilice información privilegiada para dañar a otro.
- Respetamos a nuestros competidores y evitamos tácticas difamatorias o anticompetitivas. Cualquier competencia debe centrarse en los méritos de nuestros productos y servicios.

### **5.3. Relación con Clientes**

Los DAI respetarán el derecho del cliente a decidir libremente y sin presión. Deberán entregar comprobantes de compra que incluyan información legal, derechos de devolución y condiciones asociadas.

Los DAI no podrán presentar productos como diagnósticos, tratamientos médicos o curas, salvo autorización de autoridades competentes y notificación expresa a la Empresa.

Se prohíbe aprovechar discapacidades, enfermedades, edad, dolencias, falta de educación o desconocimiento del idioma.

Los DAI deben abstenerse de registrar a menores de edad.

Bajo ningún concepto podrá presentarse el negocio de WWI como una inversión.

### **5.4. Relación con otros DAI y Competidores**

Los DAI evitarán cualquier práctica desleal, despectiva o denigrante hacia otros DAI o competidores.

Está prohibido inducir a otro DAI a cambiar de patrocinador sin consentimiento informado y aprobación de WWI.



Todo distribuidor deberá asegurarse de que su grupo conozca y cumpla este Código.

## **6. Protección y Respeto hacia los Consumidores**

### **6.1. Derechos de los Consumidores**

- Los distribuidores tendrán derecho a la política ( Política de devolución de productos) vigente establecida por Winner.
- **Garantía de Calidad**
- Todos los productos y servicios ofrecidos por la empresa deben cumplir con los estándares de calidad establecidos y las normativas aplicables de seguridad y sanidad.
- Los productos defectuosos o que no cumplan con los estándares de calidad deben ser retirados inmediatamente del mercado.

## **7. Relaciones Éticas con los Distribuidores y Equipos**

### **7.1. Capacitación y Desarrollo Profesional**

- La empresa proporcionará programas de formación y desarrollo continuo para sus distribuidores, ayudándoles a mejorar sus habilidades y alcanzar el éxito en el negocio.
- El contenido de estas capacitaciones será objetivo y veraz, evitando crear expectativas poco realistas sobre las posibilidades de crecimiento o éxito.

### **7.2. Respeto a la Dignidad y Derechos Humanos**

- Todos los empleados, distribuidores y clientes deben ser tratados con respeto y dignidad, promoviendo un ambiente inclusivo y libre de acoso, abuso o discriminación.



- Prohibimos cualquier tipo de comportamiento que infrinja los derechos humanos fundamentales, tanto dentro como fuera de la organización.

### **7.3. Contacto Ético**

El desarrollo del negocio de Winner World se fundamenta en principios de ética, lealtad y respeto a la estructura organizacional.

Los distribuidores no deben:

1. Contactar a otros DAI para otra empresa de venta directa.
2. Divulgar información confidencial.
3. Discutir aspectos financieros de otros negocios.
4. Alentar cambios de patrocinio.
5. Participar en vinculación cruzada, entrecruzamiento y/o pirateo de distribuidores.
6. Inducir a terceros a estas prácticas.
7. Prácticas que busquen crecimiento personal mediante el debilitamiento de estructuras existentes

El crecimiento del negocio deberá basarse exclusivamente en:

- La apertura de nuevos mercados
- El desarrollo orgánico de la red
- El liderazgo genuino y sostenible

El incumplimiento de este principio podrá derivar en:

- Llamado de atención formal
- Suspensión temporal del código
- Cancelación definitiva del vínculo comercial, según la gravedad del caso.
-



## **8. Prohibición de Prácticas Abusivas**

### **8.1. Aprovechamiento Económico**

- Prohibimos el uso de tácticas de presión para obligar a los distribuidores a comprar grandes cantidades de productos o realizar inversiones innecesarias para ascender en el plan de compensación.
- No se tolera la venta de productos con precios inflados o en condiciones que no sean justas para el consumidor final.

### **8.2. Exclusión de Esquemas Fraudulentos**

- La empresa vigilará que no se realicen prácticas engañosas o abusivas, tales como la creación de "cuentas ficticias" o "ventas fantasmas" para inflar las comisiones de forma artificial.

## **9. Confidencialidad y Protección de Datos**

### **9.1. Protección de Datos Personales**

- Toda la información personal de empleados, distribuidores y clientes será tratada con estricta confidencialidad. La empresa garantizará la protección de los datos frente a accesos no autorizados, manipulaciones o divulgaciones indebidas.
- Los distribuidores no deben compartir datos personales de otros sin el consentimiento explícito de la persona involucrada.

### **9.2. Uso Ético de la Información**

- La información recopilada será utilizada únicamente para los fines que haya autorizado el titular de los datos, y en cumplimiento con las leyes de protección de datos vigentes en cada jurisdicción.

## **10. Responsabilidad Social y Medioambiental**



### **10.1. Compromiso con la Comunidad**

- La empresa promoverá prácticas responsables y éticas que beneficien a las comunidades en las que opera. Esto incluye la participación en proyectos sociales y el apoyo a causas benéficas.
- Se fomentará la contratación local y la contribución al desarrollo económico de las regiones donde la empresa tiene presencia.

### **10.2. Sostenibilidad Medioambiental**

- Nos comprometemos a implementar prácticas comerciales que minimicen el impacto ambiental, incluyendo el uso responsable de recursos naturales, la reducción de desechos y la promoción del reciclaje en todas nuestras operaciones.

## **11. Canal de Denuncias y Gestión de Quejas**

### **11.1. Confidencialidad en las Denuncias**

- La empresa ofrecerá un canal confidencial y seguro para que los empleados, distribuidores y clientes puedan reportar comportamientos poco éticos o que violen este código.
- Las denuncias serán investigadas de manera imparcial y sin represalias para quienes las presenten.

### **11.2. Proceso de Gestión de Quejas**

- La empresa se compromete a abordar todas las quejas y conflictos de manera justa y transparente, buscando siempre la solución más equitativa para todas las partes involucradas.

## **12. Relaciones Contractuales y Obligaciones de los Distribuidores**

### **12.1. Relación Contractual**



- Los distribuidores son contratistas independientes y no deben afirmar o dar a entender que son empleados, funcionarios o representantes legales de WWI.
- Los distribuidores deben cumplir con todas las leyes, reglamentos y códigos que se aplican a la operación de su negocio en el lugar donde este opera.

### **12.2. Responsabilidad de Buena Fe**

- Los distribuidores deben actuar de buena fe y tratar a los demás distribuidores, clientes y empleados de WWI con respeto y equidad.
- Prohibimos cualquier comportamiento que pueda dañar la reputación de WWI o de otros distribuidores.

### **12.3. Declaración de Adhesión**

Al registrarse como DAI de WWI, cada persona declara haber leído, comprendido y aceptado este Código de Ética, comprometiéndose a cumplirlo íntegramente.

## **13. Modificación del Código de Ética**

### **13.1. Actualizaciones y Revisiones**

- Este Código de Ética puede ser revisado y actualizado periódicamente para reflejar cambios en las normativas legales, las mejores prácticas empresariales y las necesidades de la organización.
- Cualquier modificación será comunicada a todos los empleados y distribuidores con antelación suficiente para su implementación.

### **13.2. Administración y Cumplimiento del Código**



WWI establecerá mecanismos formales de administración del Código, incluyendo capacitación obligatoria, canales de denuncia y medidas disciplinarias.

## **14. Disposición Especial sobre Posiciones No Activadas y Reordenamiento Estructural**

**14.1. Objeto.-** La presente disposición tiene como objeto regular, de manera excepcional, ética y controlada, el tratamiento de las posiciones (códigos) que se encuentren registradas en el sistema sin haber sido activadas mediante la adquisición de un pack de afiliación, garantizando el respeto al plan de compensación, la protección del trabajo del equipo de campo y el crecimiento sostenible de la organización.

**14.2. Condición de Inactividad y Renuncia.-** Podrán ser objeto de evaluación aquellas posiciones que:

- a) No hayan sido activadas con un pack de afiliación y hayan cumplido un período mínimo de seis (6) meses de inactividad dentro del sistema; o
- b) Presenten renuncia expresa del titular, formalizada mediante carta escrita, firmada, acompañada de copia del documento de identidad, caso en el cual el proceso podrá gestionarse en el plazo señalado.

**14.3. Autoridad Competente.-** Toda solicitud relacionada con la revisión, edición o reasignación de las posiciones descritas deberá ser analizada, evaluada y aprobada previamente por el Comité de Ética y Cumplimiento en coordinación con la mesa de liderazgo.

El Comité será responsable de:

- Verificar el cumplimiento de los requisitos formales.
- Evaluar el impacto estructural y ético de cada solicitud.
- Garantizar que las decisiones adoptadas no vulneren la integridad del plan de compensación ni el trabajo del equipo de campo.



**14.4. Reordenamiento y Edición de Posiciones.-** Una vez aprobada la solicitud, se autorizará la edición de los datos de la posición correspondiente exclusivamente para fines de reordenamiento estructural estratégico, permitiendo un margen operativo legítimo que facilite el posicionamiento, la prospección y el cierre de nuevos empresarios.

**14.5. Lineamientos sobre Cambio de Patrocinio.-** Se establece que no se permitirá el cambio de patrocinio, salvo en casos excepcionales debidamente justificados y aprobados por el Comité cuando:

a) El patrocinador directo se encuentre inactivo; o b) Exista inactividad comprobada en la línea ascendente.

Toda solicitud deberá realizarse bajo criterios de responsabilidad, transparencia y carácter extraordinario.

**14.6. Vigencia Temporal de la Disposición.-** La aplicación de este procedimiento tendrá vigencia hasta el año 2026, periodo durante el cual el equipo de tecnología deberá implementar:

- Eliminación automática de posiciones no activadas tras seis (6) meses.

**14.7. Salvaguarda Operativa y Protección Jurídica.-** Con el fin de proteger la operación y a la compañía, se establecen los siguientes principios:

a) **Activación y Derechos Comerciales** Ningún código será considerado activo ni adquirirá derechos comerciales mientras no exista pago efectivo del pack de afiliación.

b) **Inexistencia de Derechos Adquiridos** La acumulación de volumen sin activación no genera derechos adquiridos ni podrá ser base de reclamaciones.

c) **Limitación de Responsabilidad** La compañía no asumirá responsabilidad sobre códigos no activados, inactivos o renunciados cuando actúe conforme a este Código.



## **15. Lineamientos de Operación, Competencia y Estructura Comercial**

### **15.1 Uso correcto de instalaciones físicas y virtuales**

Las instalaciones físicas, plataformas digitales, sistemas tecnológicos, grupos oficiales, eventos corporativos, capacitaciones y cualquier espacio institucional de Winner World deberán ser utilizados exclusivamente para:

- El cumplimiento de la visión, misión y valores de la compañía
- La promoción de productos, servicios y del modelo de negocio
- El desarrollo, formación y liderazgo de la red de Distribuidores Independientes Autorizados (DAI)

Queda estrictamente prohibido el uso de estos espacios para fines distintos a los anteriormente establecidos.

El incumplimiento de este lineamiento será considerado infracción al presente Código de Ética y podrá derivar en las siguientes medidas disciplinarias, conforme a la gravedad y reincidencia:

- Llamado de atención formal
- Suspensión temporal del vínculo comercial del DAI (de uno a tres meses)
- Cancelación definitiva del código

Este lineamiento tiene como finalidad proteger la integridad de los espacios corporativos y garantizar la coherencia estratégica de la organización.

### **15.2 Prohibición de competencia desleal y política de precios**

Winner World establece como principio fundamental la equidad comercial y la protección del valor de su marca.

En consecuencia, queda estrictamente prohibido:



- Alterar, reducir o manipular el precio oficial de los productos
- Ofrecer descuentos no autorizados en canales públicos, incluyendo redes sociales y puntos de venta físicos
- Utilizar el precio como mecanismo de captación indebida de clientes o distribuidores

Toda comercialización deberá realizarse respetando el Precio de Venta al Público (PVP) oficial, así como las promociones y condiciones comerciales autorizadas por la compañía.

La comunicación pública de productos deberá apegarse estrictamente al PVP oficial.

Cualquier incentivo, bonificación o beneficio adicional deberá gestionarse de forma individual, privada y personalizada, quedando prohibida su difusión pública.

El incumplimiento de este lineamiento será considerado falta al Código de Ética y podrá ser sancionado conforme a las políticas disciplinarias vigentes.

#### **15.4 Inactivación de códigos y afiliaciones familiares**

Un código será considerado inactivo cuando transcurra un período continuo de (6) meses sin realizar recompra, conforme a las políticas internas de la compañía Asimismo, queda estrictamente prohibido que un DAI activo afilie, directa o indirectamente, a familiares hasta el tercer grado de consanguinidad con el propósito de desarrollar el negocio en una línea distinta a la originalmente asignada.

Esta práctica será considerada una evasión deliberada de la estructura organizacional y del plan de compensación.

Dicha conducta será calificada como falta grave y dará lugar a sanciones aplicables de manera conjunta a:

- El código registrado a nombre del familiar
- El patrocinador que facilite, consienta o participe en dicha afiliación



Las sanciones podrán incluir:

- Llamado de atención formal
- Suspensión temporal del vínculo comercial
- Cancelación definitiva del código

### **15.5 Liberación excepcional de códigos y tratamiento de datos asociados**

La liberación, modificación o reasignación de un código o de los datos asociados a una posición dentro de la red comercial será considerada una medida de carácter estrictamente excepcional.

Dicha acción únicamente podrá llevarse a cabo cuando exista:

- Consentimiento expreso, previo, escrito y firmado por el titular del código original
- Copia del documento oficial de identidad del titular
- Validación documentada de la línea ascendente directa hasta la tercera (3ª) posición, cuando resulte aplicable

Toda solicitud deberá ser sometida a un proceso formal de revisión y aprobación corporativa, el cual incluirá:

- Evaluación técnica, estructural y ética del caso
- Validación por parte del Comité de Ética y Cumplimiento
- Concertación con la Mesa de Liderazgo

La compañía se reserva el derecho de aprobar o rechazar cualquier solicitud con base en criterios de:

- Protección de la integridad del plan de compensación
- Estabilidad de la estructura organizacional
- Prevención de conflictos entre distribuidores



- Cumplimiento de principios de buena fe y equidad

En ningún caso este procedimiento podrá utilizarse como mecanismo para:

- Reconfigurar estructuras con fines especulativos
- Obtener ventajas indebidas dentro del sistema
- Evadir lineamientos del Código de Ética o del plan de compensación

El uso indebido de este mecanismo será considerado falta grave, y podrá derivar en:

- Suspensión temporal del código
- Cancelación definitiva del vínculo comercial
- Cualquier otra medida disciplinaria aplicable conforme a la normativa interna

### **Conclusión:**

Este Código de Ética es un compromiso firme de **WINNER WORLD INTERNATIONAL** con la integridad, la transparencia y el respeto hacia todas las partes interesadas. Al cumplir con este código, garantizamos que nuestras acciones reflejen los valores de WWI, fomentando la confianza y el respeto en todas nuestras interacciones y ayudando a construir un futuro sólido y sostenible para todos los que forman parte de nuestra red.

**Fecha de última actualización: 26/FEBRERO/2026**