

POLÍTICAS Y
PROCEDIMIENTOS
MEXICO 2018

Índice

Capítulo 1	Su Cuenta de Afiliado de Marca	1	2.3 Sin Autoridad para Actuar por Cuenta de la Compañía	7
1	Solicitud para convertirse en un Afiliado de Marca	1	2.4 Designación prohibida como Empleado	7
1.1	Cómo Convertirse en un Afiliado de Marca	1	3 Realización de pedidos de Productos o Servicios	8
1.2	Una Persona por Cuenta de Afiliado de Marca	1	3.1 Realización de Pedidos	8
1.3	Requisitos de Edad	1	3.2 Transferencia de Título	8
1.4	Menores	1	3.3 Inventario y la Regla del 80 por Ciento	8
1.5	Residencia legal	1	3.4 Métodos para Realizar un Pedido	8
1.6	Afiliados de Marca anteriores	1	3.5 Emisión de Créditos	8
1.7	Cónyuges y Concubinos	1	3.6 Cambios de Precio	8
1.8	Aceptación de su Acuerdo de Afiliado de Marca	1	3.7 Realizar Pedidos a Nombre de Otro Afiliado de Marca	8
1.9	Número de Identificación Fiscal	1	3.8 Pagos sin Fondos Suficientes	8
1.10	Identidad Comercial	2	3.9 Uso de la Tarjeta de Crédito de Otra Persona	8
1.11	Cambiando a Entidad Comercial	2	3.10 Programa de Recompensas de Entrega Automática	8
1.12	Cuentas Provisionales	2	3.11 Venta Minorista de Productos	8
2	Información Personal	2	4 Reembolsos y Cambios de Producto	9
2.1	Recopilación de información personal	2	4.1 Política de Reembolso	9
2.2	Autorización para usar su información personal	2	4.2 Política de Cambio para Productos Comprados Directamente en la Compañía	9
3	Manteniendo su Cuenta de Afiliado de Marca	3	4.3 Procedimientos para Obtener un Reembolso o Cambio	9
3.1	Manteniendo Su Acuerdo como Afiliado de Marca y forma de entidad comercial actual	3	5 Ventas Minoristas y Devoluciones de Clientes	9
3.2	Cómo Agregar un Nuevo Participante	3	5.1 Ventas Minoristas	9
3.3	Cómo Empezar una Cuenta de Afiliado de Marca con un Nuevo Patrocinador	3	5.2 Prohibida la Venta de Productos al Mayoreo	10
3.4	Una Cuenta de Afiliado de Marca por Persona	3	5.3 Recibos de Ventas Minoristas	10
3.5	Adquisición de Intereses Benéficos en Fusión de Cuentas de Afiliado de Marca	3	5.4 Garantía de Devolución, Reembolsos a los Clientes y Cambios Para Clientes Minoristas	10
4	Cómo Transferir y Finalizar su Cuenta de Afiliado de Marca	4	6 Plan de Compensación de Ventas	10
4.1	Cómo Transferir Cuentas de Afiliado de Marca	4	6.1 Plan de Compensación de Ventas	10
4.2	Transferir ante fallecimiento	4	6.2 Excepciones al Plan de Compensación de Ventas	10
4.3	Divorcio	4	6.3 Prohibida la Compensación por Patrocinio	10
4.4	Derecho a Finalizar	5	6.4 Prohibido Garantizar Ingresos	10
Capítulo 2	Operando su Negocio	6	6.5 Manipulación del Plan de Compensación de Ventas	11
1	Ética Comercial	6	6.6 Bonos	11
1.1	Código de Ética DSA	6	6.7 Ventas Minoristas Requeridas; Verificación de Ventas Minoristas	11
1.2	Propósito de su Negocio	6	6.8 Coordinación	11
1.3	Éticas Generales	6	6.9 Recuperación de Bono	11
1.4	Acuerdo de Buena Voluntad	6	6.10 Correcciones de Pago	12
1.5	Agresión	6	7 Afirmaciones de Responsabilidad Civil por Productos e Indemnización	12
1.6	Prohibición de contacto con Consejo Consultivo Científico o vendedores	6	7.1 Indemnización	12
1.7	Anticorrupción	6	7.2 Requisitos para Indemnización	12
1.8	Mantener la Reputación de la Compañía	7	7.3 Indemnización hecha por usted	12
1.9	Revisión de Registros	7	8 Impuestos a las Ventas	12
2	Contratista Independiente	7	8.1 Recaudación de Impuestos Estatales de la Compañía	12
2.1	Los Afiliados de Marca son Contratistas Independientes	7		
2.2	Impuestos	7		

8.2	Excepción a la Recaudación de Impuestos Estatales de la Compañía	12	7.2	Actividades Permitidas en Internet	17
9	Asociando Otras Organizaciones con la Compañía	12	7.3	Sitio de Mercadeo en Internet del Director Ejecutivo de Marca	17
Capítulo 3	Publicidad	13	7.4	Restricciones Adicionales en el Uso de Internet	18
1	Uso de Materiales de Apoyo para el Negocio y uso de Marca Registrada	13	7.5	Vídeo y Audio en Internet	18
1.1	Uso de los Materiales de Apoyo	13	7.6	Ventas por Internet	18
1.2	Uso de las Marcas Registradas y Derechos Reservados	13	7.7	Correo no deseado	18
2	Afirmaciones sobre los Productos	13	8	Servicios del Programa de Generación de Clientes Potenciales; sin Cuotas por Conferencias	19
2.1	Limitación General	13	8.1	Servicios del Programa de Generación de Clientes Potenciales	19
2.2	No Afirmaciones Médicas	13	8.2	Sin cuotas por Conferencias; Reuniones	19
2.3	No Afirmaciones de Aprobación por la FDA	13	9	Prohibición de grabaciones de Eventos o Empleados de la Compañía	19
2.4	Fotografías del Antes y el Después	13	Capítulo 4	Patrocinio	20
2.5	Modificaciones al Empaque de Productos	14	1	Cómo Convertirse en Patrocinador	20
3	Afirmaciones de Ingresos	14	1.1	Requisitos	20
3.1	No Afirmaciones engañosas de Ingresos	14	1.2	Ubicación de Nuevos Afiliados de Marca	20
3.2	Requisitos de Afirmaciones de Estilo de Vida y de Ingresos	14	1.3	Portafolio de Negocios	20
4	Materiales de Apoyo Comercial Producidos por un Director Ejecutivo de Marca	14	1.4	Distribución de Programas de Generación de Clientes Potenciales de la Compañía	20
4.1	Materiales de Apoyo Comercial por un Director Ejecutivo de Marca	14	2	Responsabilidades de un Patrocinador	20
4.2	No Apoyo o Aprobación de la Compañía	14	2.1	Capacitación del Equipo	20
4.3	Acuerdo de Licencia de Materiales de Apoyo Comercial	15	2.2	Alternación o Cambio de Líneas	20
4.4	Registro de Materiales de Apoyo Comercial y Servicios Producidos por un Director Ejecutivo de Marca	15	2.3	No se requiere compra de Producto o Material de Apoyo Comercial y Servicios	21
4.5	Ventas por Directores Ejecutivos de Marca; Propósito	15	2.4	Información Correcta en los Formularios de la Compañía	21
4.6	Organizaciones de Afiliado de Marca	15	2.5	Comunicación de su Equipo con la Compañía	21
5	Medios Masivos de Comunicación, Publicidad General	15	3	Negocio Internacional	21
5.1	Promociones Prohibidas que usan Medios Masivos de Comunicación	15	3.1	Negocio Internacional	21
5.2	Entrevistas en Medios de Comunicación	15	3.2	Reuniones en un Mercado Autorizado con Asistentes de un Mercado Cerrado	21
5.3	Publicidad en el Directorio Telefónico	15	3.3	Acuerdo de Patrocinio Internacional	21
5.4	Distribución de Materiales Promocionales	15	3.4	China Continental	22
6	Establecimientos Minoristas, Ferias y Política Comercial de Establecimientos de Servicio	16	3.5	Prohibición Expresa de Pre-mercadeo en Ciertos Mercados	22
6.1	Establecimientos Minoristas	16	3.6	Recursos	22
6.2	Stands en Exhibiciones Comerciales	16	3.7	Petición de Permiso para Participar	22
6.3	Establecimientos de Servicios	16	3.8	No Renuncia	22
6.4	El Derecho de la Compañía a una Determinación Final	16	Capítulo 5	Pactos restrictivo	23
7	Internet	17	1	Propietario de Una Red	23
7.1	Uso del Internet en el Negocio del Afiliado de Marca	17	2	Pactos Restrictivos	23
			2.1	No Solicitar Reclutamiento	23
			2.2	Exclusividad	23
			2.3	Información Confidencial	24

2.4	Confidencialidad de la Información de Cuenta del Afiliado de Marca	24	Capítulo 8	Términos Generales	32
2.5	Acuerdo de Buena Voluntad	24	1	Términos Generales	32
2.6	Recursos	24	1.1	Modificaciones al Acuerdo	32
2.7	Aplicabilidad	25	1.2	Renuncias y Excepciones	32
Capítulo 6	Aplicación de Acuerdo	26	1.3	Acuerdo Completo	32
1	El Acuerdo	26	1.4	Divisibilidad	32
2	Actos de los Participantes en una Cuenta de Afiliado de Marca	26	1.5	Ley Vigente / Competencia	32
3	Procedimientos para la Investigación, Disciplina y Finalización	26	1.6	Avisos	32
3.1	Reportes de Presuntas Violaciones	26	1.7	Sucesores y Demandas	32
3.2	Tiempo Límite para los Reportes de Violaciones	26	1.8	Encabezados	33
3.3	Balance de Derechos de Privacidad	26	1.9	Referencias Internas	33
3.4	Procedimiento	26	1.10	Pluralidad y Género	33
3.5	Comité de Apelación de Cumplimiento (CAC)	27	1.11	Traducciones	33
3.6	Acciones de la Compañía por Incumplimiento de Acuerdo	27			
3.7	Acción Inmediata	27	Apéndice A	Glosario de Términos Definidos	34
3.8	Recursos	27	Apéndice B	Políticas para Materiales y Servicios de Apoyo Comercial de Director Ejecutivo de Marca	38
3.9	Finalización de Su Acuerdo	27			
Capítulo 7	Arbitraje	29			
1	Qué es un Arbitraje Obligatorio	29			
2	El Arbitraje es Obligatorio para Todas las Controversias	29			
3	Definición de una Controversia	29			
4	Mediación	29			
5	Solicitud de Arbitraje	29			
6	Procedimiento de Arbitraje	29			
6.1	Reglas del Arbitraje; Ubicación	29			
6.2	Descubrimiento	30			
6.3	Fecha del Arbitraje	30			
6.4	Idioma	30			
6.5	Procesos Judiciales Colectivos Prohibidos	30			
6.6	Asistentes Permitidos	30			
6.7	Honorarios y Gastos de Arbitraje	30			
6.8	Laudo Arbitral	30			
6.9	Confidencialidad	30			
6.10	Ejecutabilidad del Laudo, Suspensión u Orden de Restricción	30			
6.11	Subsistencia	30			
7	Afirmaciones de Terceros	31			

Capítulo 1 Su Cuenta de Afiliado de Marca

1 SOLICITUD PARA CONVERTIRSE EN UN AFILIADO DE MARCA

11 CÓMO CONVERTIRSE EN AFILIADO DE MARCA

Usted puede convertirse en Afiliado de Marca completando los siguientes pasos:

- Completar, firmar y devolver a la Compañía una copia por Internet o por escrito del Acuerdo de Afiliado de Marca.
- No se le pide que compre ningún producto o material para convertirse en Afiliado de Marca.

12 UNA PERSONA POR CUENTA DE AFILIADO DE MARCA

Sólo una persona física puede inscribirse para una Cuenta de Afiliado de Marca y presentar un Acuerdo de Afiliado de Marca a la Compañía. Si la persona también quiere incluir a su cónyuge o concubino en el Acuerdo de Afiliado de Marca, entonces éste también puede ser incluido en dicho acuerdo. A excepción del caso de la adición de cónyuges o concubinos, si más de una persona desea ser incluida en el Acuerdo de Afiliado de Marca, entonces las personas deben inscribirse como Entidad Comercial, tal y como se estipula en la Sección 1.10 de este capítulo 1.

13 REQUISITOS DE EDAD

Deberá tener por lo menos 18 años para poder convertirse en Afiliado de Marca.

14 MENORES

No Aplicable.

15 RESIDENCIA LEGAL

El Acuerdo de Afiliado de Marca debe ser presentado y conservado en su mercado en donde sea residente legal o ciudadano y donde tenga derecho legal a hacer negocios. Si no es posible probar su residencia legal, ciudadanía o su derecho legal para hacer negocios en el Mercado donde ha presentado su Acuerdo de Afiliado de Marca, la Compañía puede declarar nulo su Acuerdo de Afiliado de Marca desde su inicio. Sólo puede ser Afiliado de Marca en un Mercado autorizado.

16 AFILIADOS DE MARCA ANTERIORES

Si ya ha sido Afiliado de Marca, sólo puede postularse para ser un nuevo Afiliado de Marca con su Patrocinador original, a menos que cumpla con los criterios de la Sección 3.3 de este Capítulo 1 para firmar con un nuevo Patrocinador.

17 CÓNYUGES Y CONCUBINOS

Si el cónyuge o concubino de un Afiliado de Marca quiere convertirse en Afiliado de Marca, el cónyuge o concubino debe agregarse como co-aplicante a la Cuenta de Afiliado de Marca celebrado con anterioridad por el otro cónyuge o concubino. Si el cónyuge o concubino de un antiguo Afiliado de Marca quiere convertirse en Afiliado de Marca, el cónyuge o concubino debe aplicar para convertirse en Afiliado de Marca con el mismo Patrocinio de la Cuenta de su cónyuge o concubino, a menos que el periodo aplicable de inactividad de la Actividad de Negocio del Afiliado de Marca anterior haya transcurrido como se menciona adelante en la Sección 3.3 de este Capítulo 1.

18 ACEPTACIÓN DE SU ACUERDO DE AFILIADO DE MARCA

La Compañía se reserva el derecho a rechazar cualquier postulación para Cuenta de Afiliado de Marca de acuerdo con su propio criterio. Una persona se convertirá en un Afiliado de Marca aprobado hasta la aceptación y procesamiento de su Acuerdo de Afiliado de Marca por la Compañía. En caso de que la Compañía reciba más de un Acuerdo de Afiliado de Marca de un mismo postulante, el primer Acuerdo recibido en la oficina corporativa será el que determine quién será su Patrocinador.

19 NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL

Se le pedirá que proporcione a la Compañía su número de identificación fiscal antes de que sea elegible para obtener un Bono, o cuando lo requiera la Compañía para la declaración de impuestos o cualquier otro propósito. Este requisito también aplica para cónyuges y concubinos que firmen el Acuerdo de Afiliado de Marca. En caso de que firme usando una Entidad Comercial, debe dar el número de identificación fiscal de la Entidad Comercial y de cada uno de los miembros partícipes de esa Entidad. La Compañía también puede hacer un pedido o retener un Bono en su cuenta hasta que proporcione su número de identificación fiscal y éste sea verificado.

1.10 IDENTIDAD COMERCIAL

Una Entidad Comercial puede inscribirse para convertirse en Afiliado de Marca al completar, firmar y devolver el formulario de Personas Morales, firmado por los participantes, junto con el Acuerdo de Afiliado de Marca. Además, se aplican a las Personas Morales los siguientes requisitos:

- (a) Cada participante debe ser ciudadano o residente legal y tener el derecho legal a hacer negocios en el Mercado donde se ha presentado el Acuerdo de Afiliado de Marca de la Entidad Comercial, y debe ser capaz de dar prueba de ello. Si la Entidad Comercial no es capaz de probar esto cuando se lo requiera la Compañía, la misma puede declarar nulo el Acuerdo de Afiliado de Marca desde su inicio. Usted debe estar consciente de que el simple hecho de estar enlistado como miembro de una Entidad Comercial no le garantiza necesariamente el derecho legal de hacer negocios;
- (b) Los Bonos serán expedidos a nombre de la Entidad Comercial. La Compañía no tendrá ninguna obligación con la persona si su Entidad Comercial o algún participante de la misma falla en la asignación y pago de cualquier parte del Bono recibida por la Entidad Comercial entre los múltiples participantes de la Entidad Comercial, o por cualquier asignación o pago incorrecto; y
- (c) Un Participante será designado como Participante principal de la Entidad Comercial y la Compañía puede transmitir y actuar sobre cualquier información provista por dicho Participante.

1.11 CAMBIANDO A ENTIDAD COMERCIAL

Si se quiere cambiar la forma del Acuerdo de Afiliado de Marca de individual a Entidad Comercial, puede hacerse en cualquier momento. Este cambio está sujeto a cualquier requisito legal aplicable y requiere el llenado y entrega del Formulario de Entidad Comercial a la Compañía.

1.12 CUENTAS TEMPORALES

Al momento de inscribirse vía telefónica, se establecerá una cuenta provisional. Puede operar una cuenta provisional por hasta 60 días. Cuando se haya establecido una cuenta temporal, está sujeta a todas las cláusulas del Acuerdo. Puede inscribirse para hacer de una cuenta provisional una permanente presentando a la Compañía una copia por escrito del Acuerdo de Afiliado de Marca. Si una cuenta provisional no se hace permanente en el lapso de 60 días, los pedidos y Bonos serán hechos a esa cuenta. Si una cuenta no se hace permanente en un lapso de 90 días, esta misma será cancelada.

2 INFORMACIÓN PERSONAL

21 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN PERSONAL

La Compañía está consciente y es sensible ante las preocupaciones acerca de cómo se obtiene información de una persona y de cómo se usa y se comparte, como resultado de convertirse en Afiliado de Marca. Nu Skin respeta su privacidad y está comprometida con la protección de la privacidad de sus Afiliados de Marca. La Compañía obtiene cierta información personal y la ocupa para poder darle el apoyo, los beneficios de ser Afiliado de Marca y comunicarse con la persona con respecto a, (i) Productos y ofertas promocionales, (ii) su Acuerdo de Afiliado de Marca y sus equipos, (iii) Bonos, y (iv) otros asuntos comerciales relevantes. Toda la información presentada está guardada por la Compañía en sus oficinas centrales en Estados Unidos, sus oficinas centrales regionales y/o sus Compañías locales afiliadas en su Mercado de Residencia. Tiene el derecho de acceder y verificar la información personal guardada por la Compañía, hablando al centro de atención telefónica en su Mercado de Residencia.

22 AUTORIZACIÓN PARA USAR SU INFORMACIÓN PERSONAL

Usted autoriza a la Compañía:

1. Transferir y revelar información personal y/o confidencial que, (a) usted haya dado a la Compañía relacionada con su Cuenta de Afiliado de Marca y su Equipo; o (b) que ha sido desarrollada como resultado de su actividad como Afiliado de Marca, (i) a su Compañía matriz y afiliadas donde sea que estén localizadas, (ii) a sus Afiliados de Marca de Línea Ascendente cuando así lo considere conveniente la Compañía, y (iii) a las dependencias gubernamentales respectivas o cuerpos regulatorios que lo requieran según la ley. Usted tendrá la opción de bloquear la transferencia de cierta información que pudiera ser dada a sus Afiliados de Marca de Línea Ascendente.
2. Usar su información personal para reconocimiento como Afiliado de Marca y los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial de la Compañía a menos de que haga una solicitud por escrito a la Compañía para que no lo haga.
3. Utilizar su información personal descrita con anterioridad, y también reconoce que cualquier otra forma de revelar su información personal estará sujeta a las Políticas de Privacidad de la Compañía, conforme se vaya modificando a través del tiempo. Las Políticas de privacidad pueden ser consultadas en el sitio web de la Compañía en: www.nuskin.com

3 MANTENIENDO DE SU CUENTA DE AFILIADO DE MARCA

31 CÓMO MANTENER ACTUALIZADOS SU ACUERDO DE AFILIADO DE MARCA Y SU FORMULARIO DE ENTIDAD COMERCIAL

- a) Como Como Afiliado de Marca, es su deber mantenerse actualizado y al corriente de la información contenida en su Acuerdo de Afiliado de Marca o en su Formulario de Entidad Comercial. Debe informar inmediatamente a la Compañía de cualquier cambio que afecte la exactitud de la información contenida en estos documentos. La Compañía puede finalizar una Cuenta de Afiliado de Marca o declarar nulo un Acuerdo de Afiliado de Marca desde su inicio, si se determina que la información proporcionada a la Compañía es falsa o no acertada. Si no actualiza su Acuerdo de Afiliado de Marca o Formulario de Entidad Comercial, se pueden aplicar restricciones a su cuenta o se impondrá cualquier otra acción disciplinaria, incluyendo la rescisión.
- b) Debe presentar un nuevo Acuerdo de Afiliado de Marca o Formulario de Entidad Comercial con la palabra “Modificado” escrito en la parte superior para cambiar su información de Acuerdo de Afiliado de Marca. Todo Acuerdo de Afiliado de Marca debe estar firmado por usted. Un Acuerdo de Afiliado de Marca modificado de Entidad Comercial debe estar firmado por el Participante principal de la Entidad Comercial. Un formulario modificado de Entidad Comercial debe estar firmado por todos los Participantes. La Compañía puede cargar una cuota por procesar los cambios al Acuerdo de Afiliado de Marca y el Formulario de Entidad Comercial. La Compañía puede negarse a aceptar cualquier modificación.

32 CÓMO AGREGAR UN NUEVO PARTICIPANTE

Usted no puede aceptar que una Persona se involucre en alguna Actividad Comercial o que tenga algún Beneficio en su Cuenta de Afiliado de Marca, a menos que su Cuenta de Afiliado de Marca sea una Entidad Comercial y que la Persona se haya registrado para ser Participante y dicho registro haya sido aceptado por la Compañía. La Compañía puede rechazar dicho registro según su propio criterio. Si la Compañía rechaza el registro, la Persona no puede participar en la Cuenta de Afiliado de Marca.

33 CÓMO EMPEZAR UNA CUENTA DE AFILIADO DE MARCA CON UN NUEVO PATROCINADOR

Si usted es un antiguo Afiliado de Marca, puede establecer una nueva Cuenta de Afiliado de Marca con un nuevo Patrocinador sólo si no se ha involucrado en alguna Actividad Comercial (ya sea en su propia Cuenta de Afiliado de Marca o en la de alguna otra persona) dentro del Periodo de Inactividad señalado:

Tipo de cuenta durante los 24 meses precedentes a la Actividad Comercial más reciente	Periodo de inactividad
Si usted alguna vez alcanzó el grado de Representante de marca o superior	12 meses
Sólo Afiliado de Marca	6 meses

Cuando la Compañía concluye que un cambio de Patrocinador inapropiado se llevó a cabo o ha sido solicitado, la segunda Cuenta de Afiliado de Marca puede ser reintegrada y fusionada con la primera Cuenta de Afiliado de Marca, y la Compañía puede seguir otros recursos listados en el Capítulo 6.

34 UN CUENTA DE AFILIADO DE MARCA POR PERSONA

Usted no tiene permitido tener algún beneficio en más de una Cuenta de Afiliado de Marca, exceptuando lo que se expone a continuación: (i) matrimonio de dos Afiliados de Marca quienes tenían respectivamente una Cuenta de Afiliado de Marca anterior al matrimonio, (ii) herencia de una Cuenta de Afiliado de Marca por un Afiliado de Marca existente, o (iii) de otra manera, aprobado por escrito por la Compañía.

35 ADQUISICIÓN DE DERECHOS DE USUFRUCTO Y FUSIÓN DE CUENTAS DE AFILIADO DE MARCA

- a) Perspectiva General. Ocasionalmente, un Afiliado de Marca desea formar una sociedad con otro Afiliado de Marca existente y fusionar las dos Cuentas de Afiliado de Marca o adquirir Derechos de Usufructo en una Cuenta de Afiliado de Marca. Excepto como se indica en esta sección 3.5, está prohibida la formación de sociedades entre Afiliados de Marca, la fusión de Cuentas de Afiliado de Marca, o la adquisición de Derechos de Usufructo en una Cuenta por un Afiliado de Marca que este comprometido en alguna actividad de negocio.
- b) Adquisición de Derechos de Usufructo. Excepto por aquellas circunstancias que puedan ser aprobadas por la Compañía bajo su único criterio, si se está comprometido en alguna Actividad de Negocio, no podrá, en ningún momento, adquirir Derechos de Usufructo en una Cuenta de Afiliado de Marca preexistente bajo un Patrocinador diferente (ya sea por compra, fusión, sociedad, o de otra manera) a menos que (i) haya terminado su Cuenta de Afiliado de Marca y no tenga Actividad de Negocio durante el periodo de inactividad descrito en la Sección 3.3 de este Capítulo 1, y (ii) el Acuerdo de Afiliado de Marca para la Cuenta de Afiliado de Marca en la cual se desea adquirir Derechos de Usufructo sea enviado a la Compañía después del periodo de Inactividad Aplicable para la Actividad de Negocios como es descrito anteriormente en (i). Las prohibiciones de esta subsección (b) sustituyen las provisiones de la subsección de esta Sección 3.5.

- c) Fusión. La Compañía podrá, bajo su único criterio, considerar fusiones de Cuentas de Afiliado de Marca en los siguientes casos: (a) fusiones verticales con (i) su patrocinador de línea ascendente inmediato, o (ii) una Cuenta de Afiliado de Marca que se encuentre en su primer nivel; (b) fusiones horizontales con otra Cuenta de Afiliado de Marca que (i) sólo una de las cuentas de Afiliado de Marca sea Representante de Marca o superior, y que la otra Cuenta de Afiliado de Marca no sea “Representante de Marca en Calificación” o Representante de Marca (como se define en el Plan de Compensación de Ventas) y (ii) que ambas Cuentas de Afiliado de Marca tengan el mismo patrocinador de línea ascendente; y (c) cualquier otra fusión debe ser aprobada por la Compañía según su propio criterio.
- d) Revisión de la Compañía y Requisitos Adicionales. En cualquier caso que implique la formación propuesta de una sociedad, fusiones, o las adquisiciones de un Derecho de Usufructo, la Compañía, en su propio criterio, decidirá si hay que aprobar una excepción solicitada a estas Políticas y Procedimientos. Durante su revisión, la Compañía puede imponer exigencias adicionales que considere necesarias, incluyendo notificaciones y/o aprobaciones de la línea ascendente.

4 CÓMO TRANSFERIR Y FINALIZAR SU CUENTA DE AFILIADO DE MARCA

4.1 CÓMO TRANSFERIR CUENTAS DE AFILIADO DE MARCA

Usted no puede transferir su Cuenta de Afiliado de Marca o cualquier derecho ahí estipulado, a menos que haya recibido por escrito un consentimiento previo de la Compañía, el cual no será negado sin razón. La Compañía no consentirá ninguna propuesta de transferencia si determina que la propuesta no es substantiva y está siendo realizada para evadir los requisitos de estas Políticas y Procedimientos. La Compañía no reconocerá cesión alguna y el beneficiario de la transferencia no tendrá derechos hasta que la transferencia haya sido aprobada por la Compañía. Cualquier excepción o dispensa que la Compañía haya hecho al Acuerdo para el beneficio de una Cuenta de Afiliado de Marca finalizará en la transferencia, a menos que lo indique de otra manera la Compañía mediante un acuerdo por escrito.

4.2 TRANSFERENCIAS ANTE FALLECIMIENTO

- a) Individuos. A su fallecimiento, su Cuenta de Afiliado de Marca puede pasar a sus herederos, u otros beneficiarios según su testamento, sucesión legítima u otra. La transferencia será reconocida por la Compañía cuando le sea presentado un mandato del tribunal o documento legal apropiado que indique la transferencia a un beneficiario calificado. La Compañía le exhorta a realizar los arreglos apropiados, asesorado por un abogado de planificación y gestión patrimonial y derecho sucesorio, para la transferencia de su Cuenta de Afiliado de Marca.
- b) Participante en una Entidad Comercial. Si es Participante de una Entidad Comercial, tras su fallecimiento su participación en la Cuenta de Afiliado de Marca se transferirá de conformidad con los documentos legales de la Entidad Comercial y las leyes aplicables que regulen la transferencia, siempre que todas las Personas del cesionario estén calificadas para ser titulares de la participación en una Cuenta de Afiliado de Marca de conformidad con estas Políticas y Procedimientos. La transferencia de su participación será reconocida por la Compañía cuando se presente una orden del tribunal o los documentos legales apropiados que hagan la transferencia a un cesionario calificado.
- c) Durante el tiempo que una Cuenta de Afiliado de Marca pueda estar temporalmente sin un propietario, o que haya un vacío de propiedad debido a los procedimientos de un juzgado o de validación de testamento, es el Director Ejecutivo de Marca en línea ascendente o superior el que será responsable de operar esta Cuenta de Afiliado de Marca. Como pago por sus servicios, al Director Ejecutivo de Marca en línea ascendente o superior se le dará una cuota. Esta cuota será un monto en su moneda local equivalente al 15% del Bono neto de la Cuenta de Afiliado de Marca, que la Compañía deducirá del Bono neto de la Cuenta del Afiliado de Marca.

4.3 DIVORCIO

En el caso de un divorcio, la Compañía puede determinar la división o la no división de la Cuenta de Afiliado de Marca o del Equipo. Generalmente, la Compañía no divide Bonos o algunas otras recompensas. La Compañía puede, de cualquier manera, bajo su propio criterio, sobre una base de cada caso en particular, dividir los Bonos en una base simple de porcentaje fijo según el dictamen de un tribunal o del consentimiento por escrito de ambas partes. SI LA COMPAÑÍA ESTÁ DE ACUERDO CON DIVIDIR LOS BONOS EN UNA BASE SIMPLE DE PORCENTAJE FIJO, LAS PARTES DE LA CUENTA DE AFILIADO DE MARCA ESTARÁN DE ACUERDO EN EXIMIR A LA COMPAÑÍA DE LOS DAÑOS Y/O PERJUICIOS QUE LLEGARAN A SUFRIR POR CUALQUIERA Y TODAS LAS DEUDAS, PÉRDIDAS, COSTOS, DAÑOS, JUICIOS O GASTOS, INCLUYENDO HONORARIOS RAZONABLES DE ABOGADOS, QUE RESULTEN, DIRECTA O INDIRECTAMENTE, DE CUALQUIER ACTO U OMISIÓN DE LA COMPAÑÍA AL DIVIDIR LOS BONOS. La Compañía tiene el derecho de retener los Bonos en caso de que haya una controversia entre cónyuges con respecto a la Cuenta de Afiliado de Marca. La Compañía puede hacer cargos a los Afiliados de Marca mensualmente como pago por sus servicios al dividir los pagos de Bono.

44 DERECHO AFINALIZAR

Usted puede dar por finalizada la Cuenta de Afiliado de Marca en cualquier momento. Favor de ver la Sección 3.9 del Capítulo 6 para más detalles.

Capítulo 2 Operando Su Negocio

1 ÉTICA COMERCIAL

11 CÓDIGO DE ÉTICA DSA

La Compañía es miembro de la Asociación de Ventas Directas (DSA, *por sus siglas en inglés*) en los Estados Unidos de América y en muchos países alrededor del mundo y respeta los lineamientos del Código de Ética de la DSA, junto con los lineamientos éticos de esta Sección, usted debe cumplir con el Código de Ética de la DSA en sus operaciones comerciales. El Código de Ética puede ser encontrado en www.dsa.org.

12 PROPÓSITO DE SUNEGOCIO

El propósito principal de su negocio y de la Compañía es vender Productos de alta calidad a clientes minoristas. Como parte de este proceso, puede patrocinar a otros Afiliados de Marca en el negocio para construir su organización de ventas. De cualquier forma, el reclutamiento de otros Afiliados de Marca no es su enfoque principal, pero se tiene preferentemente como parte integral de su obligación de vender Productos e incrementar la venta de estos a clientes minoristas por parte de su Equipo.

13 ÉTICA GENERAL

Usted debe operar su Cuenta de Afiliado de Marca de forma ética, profesional y cortés. Esto significa, entre otras cosas, lo siguiente:

- Debe cumplir con el Acuerdo y la ley aplicable.
- Debe de operar su Cuenta de Afiliado de Marca con honestidad.
- Debe indicar a los posibles clientes y Afiliados de Marca quién es, por qué los ha contactado y qué productos está vendiendo.
- No puede hacer afirmaciones falsas o engañosas acerca de ingresos potenciales bajo el Plan de Compensación de Ventas o acerca de los beneficios de usar los Productos de la Compañía.
- No puede presionar a ningún Afiliado de Marca o posible Afiliado de Marca para que opere en una forma financieramente irresponsable, incluyendo, aunque no limitado a, presionarlo para comprar más Productos o Materiales y Servicios de Apoyo Comercial que no pueda usar o vender razonablemente, o a mantener requerimientos de inventario específicos.
- No puede exhortar o recomendar que los Afiliados de Marca o los posibles Afiliados de Marca se endeuden para poder participar en el negocio.
- Debe explicarles cómo pueden hacer devoluciones de Productos o cancelar un pedido.
- No debe decir a los posibles Afiliados de Marca que necesitan comprar Productos o Paquetes de Productos para convertirse en Afiliados de Marca o convertirse en Representantes de Marca. Los posibles Afiliados de Marca deben estar informados de que pueden firmar como clientes o que pueden comprar Productos de forma unitaria y no en paquete.

14 ACUERDO DE BUENA VOLUNTAD

No puede hacer comparaciones, afirmaciones, expresiones o declaraciones engañosas, injustas, inexactas o despreciativas acerca de:

- la Compañía;
- sus Productos o actividades comerciales;
- otras Personas;
- otras Compañías (incluyendo competidores);
- productos de otras compañías, servicios o actividades comerciales de otras Compañías.

15 AGRESIÓN

Debe operar su Cuenta de Afiliado de Marca sin agresión, intimidación, amenazas ni abusos. No será tolerado ningún tipo de agresión, incluyendo, aunque no limitado a, raza, religión, abuso físico y verbal, o solicitar, incitar o consumir cualquier relación por escrito, verbal, electrónica o física que no sea bienvenida, insinuaciones sexuales, solicitud de favores sexuales u otro comportamiento físico, verbal o visual de naturaleza sexual, con otro Afiliado de Marca, empleado de la Compañía o cliente.

16 PROHIBICIÓN DE CONTACTO CON MIEMBROS DEL CONSEJO CONSULTIVO DE VENDEDORES DE CIENTÍFICOS

No puede contactar, ya sea directa o indirectamente, a vendedores, proveedores de la Compañía, miembros del consejo consultivo científico, colegas de investigación básica, universidades, o cualquier otro asesor o consultor de la Compañía sin una previa autorización por escrito de la Compañía.

17 ANTICORRUPCIÓN

Debe cumplir con todas las leyes anticorrupción, incluyendo la Ley de Prácticas de Corrupción en el Extranjero (“FCPA”, *por sus siglas en inglés*), en los países en que la Compañía hace negocios. La FCPA establece que usted nunca, directa o indirectamente (es decir, a través de un agente) haga un pago o regalo con el propósito de influenciar los actos y decisiones de funcionarios públicos. Hay algunas excepciones limitadas

a esta regla. Debido a que las reglas y excepciones relacionadas con la anticorrupción son complejas, debe consultar con su propio asesor legal con respecto a preguntas relacionadas con el cumplimiento de la FCPA o leyes anticorrupción. Para información adicional, consulte por favor las Políticas Anticorrupción de la Compañía en la sección de Reglamentación Corporativa del apartado de Inversionistas en el sitio web de Nu Skin Enterprises, Inc. en www.nuskinenterprises.com

18 MANTENER LA REPUTACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Usted no actuará en forma alguna, incluyendo sus acciones fuera del ámbito de su Cuenta de Afiliado de Marca, que pudiera ser considerada como perjudicial para el negocio o reputación de la Compañía o sus Afiliados de Marca. La Compañía tiene derecho a, según su propio criterio, determinar qué acciones pueden ser consideradas como dañinas y tomar alguna acción con respecto a usted de acuerdo con lo señalado en el Capítulo 6.

19 REVISIÓN DE REGISTROS

Como condición para participar como Afiliado de Marca, usted garantiza a la Compañía el derecho a revisar cualquier registro relacionado con su Cuenta de Afiliado de Marca con el fin de investigar si ha estado operando dicha Cuenta de Afiliado de Marca de conformidad con estas Políticas y Procedimientos. La Compañía puede solicitar la revisión de los registros de su Cuenta de Afiliado de Marca en cualquier momento y por cualquier razón. Usted debe cumplir con cualquier solicitud de revisión de su Cuenta de Afiliado de Marca al facilitar con prontitud y por completo a la Compañía sus registros reales para dicha revisión.

2 CONTRATISTA INDEPENDIENTE

21 LOS AFILIADOS DE MARCA SON CONTRATISTAS INDEPENDIENTES

Usted es un contratista independiente. No es un agente, empleado, funcionario, socio, miembro o partícipe adjunto de la Compañía, y no se puede presentar como tal. Acepta, como contratista independiente, que:

- es responsable por sus propias decisiones comerciales y debe determinar, según su criterio, cuándo trabajará y el número de horas que lo hará.
- se le pagarán Bonos basados en la venta y no en el número de horas que trabaja;
- está sujeto a riesgo empresarial y es responsable de todas las pérdidas que tenga como Afiliado de Marca;
- debe cubrir su propio pago de licencias y cualquier prima de seguro y, si se requiere, obtener el número de identificación de empleado federal;
- es responsable por todos los costos de su negocio incluyendo, aunque no limitando a, viajes, entretenimiento, oficina, legales, administración, equipo, contabilidad y gastos generales sin préstamos, reembolsos o garantía de la Compañía; y
- no será tratado como empleado para propósitos fiscales federales o estatales. Si cumple cierto umbral de Bono, recibirá un formulario 1099 del Servicio Federal de Impuesto sobre la Renta que refleje los Bonos que haya pagado la Compañía en un año natural.

22 IMPUESTOS

Usted debe pagar cualquier impuesto por empleo independiente requerido por las leyes, estatutos y regulaciones federales, estatales y locales. Usted es responsable por la recaudación y pago apropiados de impuestos sobre ventas minoristas si solicita una exención del programa fiscal de ventas recaudadas de la Compañía. Recibirá un formulario 1099 de ISR que refleje la información fiscal relevante relacionada con su Cuenta de Afiliado de Marca.

23 SIN AUTORIDAD PARA ACTUAR POR CUENTA DE LA COMPAÑÍA

No tiene autoridad para actuar por cuenta de la Compañía. Esto incluye, aunque no está limitado a:

- registrar o reservar nombres, marcas registradas o Productos de la Compañía;
- registrar URLs usando nombres, marcas registradas o nombres comerciales de la Compañía;
- registrar o asegurar la aprobación de Productos o prácticas comerciales; o
- establecer contactos comerciales o gubernamentales de cualquier tipo en favor de la Compañía.

Usted debe indemnizar a la Compañía por todos los costos y honorarios de abogados provocados a la Compañía por cualquier acción de recurso necesario para exonerar a la Compañía en caso de que haya actuado inapropiadamente por cuenta de la Compañía. Debe ceder inmediatamente a la Compañía cualquier registro de nombres de la Compañía, marcas registradas, Productos o URLs registrados o reservados en violación de lo estipulado en esta Sección sin el reembolso de la Compañía por cualquier costo en que haya incurrido.

24 PROHIBICIÓN DE DESIGNACIÓN COMO EMPLEADOR

No puede identificar a la Compañía como su empleador en solicitudes de préstamos, formularios gubernamentales, solicitudes de verificación de empleo, postulaciones para compensación por desempleo o cualquier otro formulario o documento.

3 REALIZACIÓN DE PEDIDOS DE PRODUCTOS O SERVICIOS

3.1 REALIZACIÓN DE PEDIDOS

Puede hacer pedidos de Productos directamente a la Compañía o en sus centros de productos. No hay un mínimo de orden, sin embargo, los costos por transporte y manejo pueden variar dependiendo del monto de Productos solicitados.

3.2 TRANSFERENCIA DE TÍTULO

La propiedad y el riesgo de pérdida de cualquier Producto que ordena se transfieren a usted cuando los Productos son transportados y entregados.

3.3 INVENTARIO Y LA REGLA DEL 80 POR CIENTO

Como Afiliado de Marca, no tiene requerimientos de inventario específicos. Debe usar su propio juicio al determinar las necesidades del inventario con base en la proyección razonable de las ventas minoristas y su uso personal. Se le prohíbe hacer pedidos mayores a un monto de inventario razonable. Al hacer un pedido, certifica que ha vendido o consumido por lo menos el 80 por ciento de su inventario total de pedidos previos.

3.4 MÉTODOS PARA REALIZAR UN PEDIDO

La Compañía no acepta pedidos a crédito. Los pedidos no serán enviados sino hasta que hayan sido pagados en su totalidad. El pago debe realizarse mediante cheque de caja, giros bancarios, tarjetas de crédito, efectivo, cheques comerciales directos de cobro automático o personal o algún otro método tal como los que pueden ser aceptados por la Compañía.

3.5 EMISIÓN DE CRÉDITOS

Se puede emitir un crédito de la Compañía en caso de un sobrepago, cambios de Producto o en otras circunstancias cuando un pedido no puede ser completado en su totalidad. El Volumen de Ventas es a crédito cuando se usa el crédito de la Compañía.

3.6 CAMBIOS DE PRECIO

La Compañía tiene el derecho de cambiar los precios de los Productos sin previo aviso.

3.7 REALIZAR PEDIDOS A NOMBRE DE OTRO AFILIADO DE MARCA

Se le prohíbe hacer pedidos a nombre de otro Afiliado de Marca sin el previo consentimiento por escrito de dicho Afiliado de Marca. Usted debe dar una copia de estas aprobaciones por escrito a la Compañía con previa solicitud.

3.8 PAGOS SIN FONDOS SUFICIENTES

Si un cheque es devuelto por falta de fondos o si alguna tarjeta de crédito es rechazada, deberá hacerse inmediatamente el pago a la Compañía por el monto total del pago del cheque devuelto o de la tarjeta de crédito rechazada. Si no realiza dicho pago apropiadamente está incumpliendo con el Acuerdo.

3.9 USO DE LA TARJETA DE CRÉDITO DE OTRO PERSONA

No podrá usar la tarjeta de crédito de otra persona para ordenar Productos o Materiales y Servicios de Apoyo Comercial de la Compañía sin la previa aprobación por escrito de este individuo. Deberá dar una copia de estas aprobaciones por escrito a la Compañía con previa solicitud.

3.10 PROGRAMA DE RECOMPENSAS DE ENTREGA AUTOMÁTICA

El Programa de Recompensas de Entrega Automática (programa “ADR”, por sus siglas en inglés) es un programa opcional disponible en algunos Países Autorizados. El Programa ADR le permite hacer un pedido fijo mensual que le será enviado convenientemente a usted por parte de la compañía y se cargará mensualmente a su tarjeta de crédito, cuenta de ahorros o cuenta de cheques. Los términos y condiciones del Programa ADR se fundamentan en el acuerdo de Recompensas de Entrega Automática en el sitio web de la Compañía. La Compañía puede finalizar (i) el Programa ADR en cualquier momento y por cualquier motivo y (ii) su derecho a participar en el Programa ADR como se describe en los términos y condiciones del Programa ADR. Usted podrá cancelar su pedido mensual en el Programa ADR con un aviso por escrito, tal y como se describe en los términos y condiciones de dicho Programa ADR.

3.11 VENTA MINORISTA DE PRODUCTOS

- a) Sólo podrá revender los Productos en su Mercado de Residencia. Los productos que usted venda también deben ser comprados a la Compañía en su Mercado de Residencia y no puede revender Productos en su Mercado de Residencia que hayan sido adquiridos a la Compañía en otro Mercado diferente al de su Residencia.
- b) Cuando celebre su Acuerdo de Afiliado de Marca, se le otorgará el derecho a comprar Productos en un Mercado que no sea el de su Residencia. Sólo podrá comprar Productos en un Mercado que no sea el de su Residencia, para su uso personal o para hacer demostraciones de Productos a nuevos Afiliados de Marca potenciales. No puede revender Productos en un Mercado que no sea el de

su Residencia. Podrá estar sujeto a requisitos adicionales para algún Mercado en específico.

4 REEMBOLSOS Y CAMBIOS DE PRODUCTO

4.1 POLÍTICA DEREEMBOLSO

1. A menos que lo requiera de otra forma la ley aplicable, la Compañía reembolsará el 90% del precio, más los impuestos aplicables prepagados, menos los Bonos aplicables sobre Productos y Materiales de Apoyo Comercial no abiertos que se puedan volver a vender. Deberá devolver los Productos dentro de los 12 meses siguientes a la fecha del pedido. Sólo podrá devolver los Productos y Material de Apoyo Comercial que haya comprado personalmente a la Compañía. La Compañía no devuelve el costo de envío original en Productos que sean devueltos. Para que la Compañía pueda retirar correctamente los Bonos aplicables sobre los Productos devueltos, deberá mantener el número de pedido de la factura. Deberá dar el número de pedido a la Compañía al momento en que solicita un reembolso. También puede devolver Productos de forma individual que haya comprado como parte de un kit o paquete. La forma del reembolso estará basada en la forma original de pago, tal como una transferencia bancaria o un depósito en la tarjeta de crédito. En lugar de un reembolso, la Compañía puede optar por otras alternativas tales como un crédito de Productos. La devolución de Productos puede afectar su elegibilidad para recibir Bonos y su nivel de distinción, y si los Bonos ya han sido pagados sobre los Productos devueltos, entonces la Compañía recuperará sus Bonos tal y como se describe más adelante en la Sección 6.9 de este Capítulo 2. La Compañía no da reembolsos por Productos o Materiales y Servicios de Apoyo Comercial comprados a otro Afiliado de Marca. Deberá buscar un reembolso directamente del Afiliado de Marca que le vendió tales Productos o Materiales y Servicios de Apoyo Comercial.
2. Servicios de la suscripción. Generalmente, los servicios de la suscripción que son facturados en una base mensual pueden ser cancelados en cualquier momento a no ser que los términos del acuerdo provean de otra manera. Los servicios de la suscripción que son cancelados una semana antes de la última fecha de facturación recibirán un reembolso del 100 % o acreditarán para el mes que ha sido pagado y cancelado. Los servicios de suscripciones que son cancelados más de una semana después de la última fecha de facturación no serán elegibles para un reembolso. Los servicios anuales de la suscripción pueden ser cancelados en cualquier momento a no ser que los términos del acuerdo provean de otra manera. Los reembolsos estarán distribuidos proporcionalmente basados en el número de meses llenos permaneciendo sobre la suscripción anual.

4.2 POLÍTICA DE CAMBIO PARA PRODUCTOS COMPRADOS DIRECTAMENTE EN LA COMPAÑÍA

A menos que la ley aplicable lo requiera de otra manera, la Compañía cambiará Productos comprados directamente en la Compañía y que fueron enviados por error o están defectuosos, si se notifica a la Compañía en los 30 días siguientes a la fecha de compra. Si un cambio no es factible, la Compañía puede expedir (i) un crédito de Compañía por el monto de los Productos cambiados, que puede usarse para comprar otros Productos, o (ii) un reembolso total del precio total de la venta.

4.3 PROCEDIMIENTOS PARA OBTENER UN REEMBOLSO O CAMBIO

Deberá cumplir con los procedimientos siguientes para obtener un reembolso o cambio:

- (a) Deberá recibir una aprobación para la devolución en un formulario de Autorización de Devolución de Mercancía (“RMA”, por sus siglas en inglés) antes de que envíe la devolución a la Compañía. Esta aprobación debe ser obtenida ya sea por teléfono o por escrito, y el flete/envío real de la devolución debe estar acompañada por el número de RMA (consultas sobre envíos al 01.55.4160.4882 o al 001-801-345-00-20);
- (b) La Compañía dará la información acerca de los procedimientos correctos y la localización para la devolución de Productos. La Compañía no regresará el costo original del envío de los Productos que sean regresados. Todos los costos por el transporte de la devolución deben ser pagados por usted;
- (c) Los Productos enviados a la Compañía sin el número de RMA no calificarán para devolución o cambio y serán regresados con cargo a usted y
- (d) Los Procedimientos pueden variar en jurisdicciones donde haya requisitos diferentes impuestos por la ley.

5 VENTAS MINORISTAS Y DEVOLUCIONES DE CLIENTES

5.1 VENTAS MINORISTAS

Los Productos comprados a la Compañía sólo podrán ser vendidos a clientes minoristas, usados para demostraciones de Productos o para su propio uso personal. Se le autoriza a revender los Productos que compra a la Compañía a clientes minoristas. Puede establecer sus propios precios minoristas y puede quedarse con las ganancias que obtenga de la reventa de Productos a sus clientes minoristas.

52 PROHIBIDA LA VENTA DE PRODUCTOS AL MAYOREO

No podrá vender o distribuir Productos a Personas que pretendan revender los Productos o que hayan revendido Productos en el pasado. Está prohibido vender a personas, directa o indirectamente, quienes en última instancia (i) revendan los productos a través de tiendas minoristas, (ii) revendan los productos en internet, a pesar del canal de distribución por internet, a menos que haya sido aprobado por escrito por la compañía, (iii) importen los Productos a un mercado cerrado, o (iv) utilicen algún otro método de distribución que viole el propósito primario de su negocio de venta directa y el de la Compañía. Deberá tomar las medidas razonables para asegurarse que estas personas que le compran los productos no intentan violar esta Sección 5.2.

53 RECIBOS DE VENTAS MINORISTAS

Podrá expedir recibos de ventas minoristas a sus clientes de acuerdo con los siguientes requisitos:

- a) Debe dar dos copias del Recibo de Ventas Minoristas completo al momento de la venta. Todos los espacios referentes a las políticas de reembolso a los tres días en la parte de atrás del recibo deben estar completos. El Recibo de Ventas Minoristas debería estar completo e incluir los artículos ordenados, el monto de la venta, el nombre del cliente, dirección, número telefónico, fecha de la venta, fecha del tercer día hábil después de la venta, además de su nombre, dirección y número telefónico de su negocio.
- b) Deberá quedarse con una copia del Recibo de Ventas Minoristas para sus registros. Debe tener sus copias de todos los recibos de ventas minoristas archivados por lo menos durante 4 años. El monto de los impuestos de ventas cobrados debe estar registrado en el recibo de ventas minoristas si es que usted solicita una exención del programa de cobro previo de impuestos de la Compañía.

54 GARANTÍA DE DEVOLUCIÓN DE DINERO, REEMBOLSOS A LOS CLIENTES Y CAMBIOS PARA SUS CLIENTES MINORISTAS

- a) Por ley, deberá ofrecer una garantía de devolución de dinero de tres días a sus clientes minoristas. Esto significa que debe, por cualquier razón y a solicitud, dar un reembolso total del precio de compra al cliente. El único requisito es que el cliente debe solicitar el reembolso dentro de los 3 días siguientes a la compra y devolver la parte no utilizada del Producto. Deberá hacer un reembolso de los Productos devueltos dentro de los 10 días siguientes a la solicitud del cliente. La Compañía le invita a respetar las solicitudes de reembolso o cambios de producto de su cliente minorista, incluso si han pasado más de tres días hábiles después de la fecha de venta.
- b) Si su cliente minorista compra un Producto directamente de la Compañía, entonces a no ser que sea requerido de otra manera según la ley aplicable o una garantía de Producto específica, la Compañía proveerá a su cliente minorista de (i) un reembolso del 100 % sobre el Producto devuelto, si el Producto es devuelto dentro de 30 días de la fecha de compra, e independientemente de si el Producto ha sido utilizado, es realmacenable o revendible; y (ii) un cambio de Producto si el Producto fuera enviado incorrectamente o esté defectuoso como se menciona en la Sección 4.2 de este Capítulo 2.
- c) Si su cliente minorista compra un Producto directamente de usted, y su cliente minorista le devuelve el Producto para un reembolso, por consiguiente, usted es responsable del mismo y deberá brindar al cliente minorista un reembolso sin ningún reintegro de la Compañía. La Compañía lo alienta a respetar las solicitudes de sus clientes minoristas para reembolsos incluso si son más de tres días hábiles después de la fecha de venta.
- d) Si su cliente minorista compra un Producto directamente de usted, y su cliente minorista le devuelve el Producto para un cambio de Producto, usted es responsable por el cambio del Producto, y la Compañía solo reemplazará el Producto si es regresado dentro de 30 días de la venta minorista y el Producto sea defectuoso.

6 PLAN DE COMPENSACIÓN DE VENTAS

6.1 PLAN DE COMPENSACIÓN DE VENTAS

Se le ha dado una copia completa del Plan de Compensación de Ventas. El Plan de Compensación de Ventas es parte del Acuerdo, y está sujeto a sus términos. El Plan de Compensación de Ventas puede ser cambiado por la Compañía en cualquier momento con un aviso de 30 días de anticipación. Una copia del Plan de Compensación de Ventas vigente se encuentra en www.nuskin.com.

6.2 EXCEPCIONES AL PLAN DE COMPENSACIÓN DE VENTAS

La Compañía, según su propio criterio, tiene el derecho de mantener o promover al Afiliado de Marca a algún nivel de distinción en el Plan de Compensación de Ventas sin considerar el cumplimiento o renuncia de alguna obligación o requisitos del Plan de Compensación de Ventas. A menos que se acuerde de otra manera por escrito por un representante autorizado de la Compañía, la Compañía puede finalizar cualquier excepción garantizada según esta Sección 6.2 de este Capítulo 2 en cualquier momento y por cualquier razón.

6.3 PROHIBICIÓN DE COMPENSACIÓN POR PATROCINIO

No recibirá compensación alguna por patrocinar a otros Afiliados de Marca. Su nivel de compensación está basado en su trabajo duro, su venta de Productos y las ventas de su Equipo.

6.4 PROHIBICIÓN DE GARANTIZAR INGRESOS

Tampoco se le garantiza a usted un ingreso específico ni algún nivel de ganancias o éxito. Generar compensaciones significativas como Afiliado de Marca requiere un tiempo considerable, esfuerzo y compromiso con el negocio. Deberá operar su Cuenta de Afiliado de Marca en una forma responsable y eficiente. Usted no debe (i) incurrir en deudas para comprar Productos o Materiales y Servicios de Apoyo Comercial, (ii) renunciar a su empleo actual hasta que esté seguro de que puede permitírselo, e (iii) incurrir en gastos que excedan el monto de sus Bonos. Este no es un

programa de “hágase rico rápidamente”. Sus ganancias sólo provienen de la venta exitosa de Productos y de las ventas de otros Afiliados de Marca en su Equipo. Las ganancias promedio de un Afiliado de Marca en cada nivel del Plan de Compensación de Ventas pueden encontrarse en el Apéndice B al final de estas Políticas y Procedimientos o en www.nuskin.com.

65 MANIPULACIÓN DEL PLAN DE COMPENSACIÓN DE VENTAS

Mantener la integridad del Plan de Compensación de Ventas es de vital importancia para la Compañía. Deberá acatar los términos y condiciones del Plan de Compensación de Ventas y no puede, de ninguna manera, usar números de identificación, nombres o Acuerdos de Cuenta de Afiliado de Marca falsos, comprar Producto adicional para mantener el nivel de distinción, almacenar Productos o usar cualquier otra forma de manipulación que viole los términos y condiciones del Plan de Compensación de Ventas, su esencia y su propósito.

66 BONOS

Además de las ganancias minoristas, también puede ganar de la reventa de Productos y también puede obtener Bonos del Plan de Compensación de Ventas, sujeto a lo siguiente:

No podrá recibir Bonos si está en incumplimiento del Acuerdo;

- a) No podrá recibir Bonos si está en incumplimiento del Acuerdo;
- b) Los requisitos para recibir Bonos y los términos para determinar el monto de los mismos pueden ser cambiados por la Compañía en cualquier momento con un aviso de 30 días de anticipación;
- c) Los Bonos pueden ser pagados por transferencia bancaria, cheque o cualquier otro método elegido por la Compañía.
- d) No se acumula interés alguno sobre el Bono cuando el pago del mismo haya sido demorado por la Compañía por alguna razón; y
- e) La Compañía no pagará Bonos hasta que el Bono acumulado mensualmente sea igual a 10 dólares. Si su Cuenta de Afiliado de Marca está finalizada, cualquier Bono acumulado no pagado menor a 10 dólares mínimo será dado por perdido.

67 VENTAS MINORISTAS REQUERIDAS; VERIFICACIÓN DE VENTAS MINORISTAS

No será elegible para recibir un Bono en cualquier mes en el que no haya tenido cinco ventas minoristas como lo requiere el Plan de Compensación de Ventas. Deberá guardar la información de las ventas minoristas por lo menos durante cuatro años para verificar que ya haya cumplido con estos requerimientos de ventas minoristas. Usted debe tener esta documentación disponible para la Compañía en el momento que ésta lo solicite. Si no puede documentar las ventas minoristas solicitadas está entonces en incumplimiento del Acuerdo. La Compañía puede recuperar todos los Bonos por pedidos en cada mes para el que no pueda proporcionar la documentación de las ventas minoristas. La Compañía regularmente audita al Afiliado de Marca conforme esta Sección.

68 COORDINACIÓN

Un pedido de Productos es incluido en el Bono y en los cálculos para la calificación como Representante de Marca para un periodo determinado sólo si la Compañía lo recibe en o antes del último día hábil de ese periodo. Si la Compañía retira la disponibilidad de ciertos Productos, el Volumen de Ventas de esos Productos sólo estará incluido en el Bono y en los cálculos para la calificación como Representante de Marca en el periodo en que los Productos hayan sido enviados.

69 RECUPERACIÓN DE BONO

- a) Además de cualquier otro derecho de recuperación provisto en estas Políticas y Procedimientos, la Compañía tiene el derecho de solicitarle que pague cualquier Bono que se le haya pagado sobre los Productos:
 - (i) En Productos devueltos bajo la política de reembolso de la Compañía;
 - (ii) En Productos devueltos por estar relacionados con algún incidente de negligencia del Afiliado de Marca;
 - (iii) Que fueron pagados por error por la Compañía; o
 - (iv) En el caso de que se violen las disposiciones de la Sección 6.5 de este Capítulo 2, además de algún otro recurso disponible para la Compañía, la Compañía tendrá el derecho para ajustar su título y recalcular sus bonos para el periodo en que dichas actividades ocurran ignorando el volumen de los Productos que fueron devueltos, que fueron comprados para mantener el nivel de Líder de ventas, o alguna otra actividad que viole la Sección 6.5 de este Capítulo 2. Deberá pagar nuevamente cualquier bono que le fuese pagado en exceso del bono ajustado que es calculado por la Compañía como se fijó anteriormente.
- b) Si fuese obligado a pagar nuevamente cualquier bono a la Compañía, la Compañía tendrá el derecho de recuperar dicha cantidad ya sea (i) solicitando un pago directo del monto, o (ii) retener el monto de sus pagos presentes o futuros.
- c) Se considerará una extensión de la política de reembolso de la Compañía, si lo requiere la ley aplicable o instancias en las que el Afiliado de Marca presente un mal comportamiento o una declaración falsa u otras circunstancias extenuantes que necesiten de reembolsos de parte de la Compañía que estén fuera de sus políticas de reembolso, con una base de cada caso en particular. En caso de que la Compañía tenga que hacer un reembolso que sobrepase los términos de su política de reembolsos, la Compañía recuperará también los Bonos pagados a usted sobre esos Productos.

6.10 CORRECCIONES DE PAGO

Es su deber asegurarse de que los Bonos pagados sean correctos. Si descubre un error en su pago, debe notificarlo a la Compañía dentro de los 90 días después de recibir el Bono. Si no notifica a la Compañía de cualquier error o controversia con respecto al pago de los Bonos dentro del periodo de 90 días, se considerará que ha aceptado el pago como pago pleno y completo de los Bonos obtenidos durante ese periodo de Bono y no tendrá derecho a reclamar más adelante el pago de los Bonos o buscar el pago de cualquier Bono adicional.

7 AFIRMACIONES DE RESPONSABILIDAD CIVIL POR PRODUCTOS DEFECTUOSOS E INDEMNIZACIÓN

7.1 INDEMNIZACIÓN

En el caso de que se presente una reclamación de responsabilidad civil en contra de usted por un producto o por daño por el uso de un Producto de parte de un tercero, la Compañía lo indemnizará y lo defenderá de dichas Afirmaciones, sujeto a las limitaciones descritas en la sección 7.2 de este Capítulo 2.

7.2 REQUISITOS PARA INDEMNIZACIÓN

Para ser indemnizado, usted deberá notificar por escrito a la Compañía de la reclamación dentro de los 10 días siguientes a la recepción del aviso de la misma. La Compañía no tiene la obligación de indemnizarlo si usted ha (a) violado el Acuerdo; (b) reempacado, alterado o hecho mal uso del Producto, o hecho Afirmaciones o dado instrucciones acerca de la seguridad del Producto, usos o beneficios que no están incluidos en los folletos, advertencias o etiquetas de Productos actuales aprobados por la Compañía; o (c) puesto o intentado poner una afirmación sin la aprobación de la Compañía. Además, la indemnización está condicionada a si usted permite que la Compañía asuma la única defensa de la reclamación.

7.3 INDEMNIZACIÓN HECHA POR USTED

Usted está de acuerdo en indemnizar a la Compañía ante cualquier reclamación de un tercero que suceda directa o indirectamente porque ha (a) violado el Acuerdo; o (b) reempacado, alterado o hecho mal uso del Producto, o hecho afirmaciones o dado instrucciones acerca de la seguridad del Producto, usos o beneficios que no están incluidos en los folletos, advertencias o etiquetas de Productos actuales aprobados por la Compañía.

8 IMPUESTOS A LAS VENTAS

8.1 RECAUDACIÓN DE LA COMPAÑÍA DE IMPUESTOS ESTATALES

La Compañía recauda el impuesto a las ventas al momento de su compra y lo remite a las autoridades correspondientes. El monto del impuesto a las ventas está basado según el precio minorista sugerido de un Producto, calculado en la tasa local de impuestos. Puede recuperar los impuestos pagados sobre las ventas cuando realice una venta minorista.

8.2 EXCEPCIÓN A LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO ESTATAL DE LA COMPAÑÍA

Si lo permite la ley local en su Mercado de residencia y es aprobado por la Compañía, puede recaudar, documentar, informar y pagar sus propios impuestos. Puede hacerlo al obtener un Número Fiscal de Reventa de la administración fiscal estatal o realizar el impuesto y enviar a la Compañía el formulario correspondiente de exención de impuestos. La Compañía no puede exentar ninguno de sus pedidos de impuestos sobre las ventas previamente recaudados hasta que se haya presentado la documentación correspondiente con el Departamento de Impuestos sobre Ventas de la Compañía.

9 ASOCIANDO OTRAS ORGANIZACIONES CON LA COMPAÑÍA

La oportunidad de negocio de la Compañía no está basada en raza, género, creencias o ideología política. Cuando usted esté capacitando a su Equipo, vendiendo Productos o promoviendo la oportunidad de negocio, no podrá promover, defender, vender o incluir folletos, libros u otro material que promueva a otra organización o individuo, ya sea religioso, político, comercial o social o que implique cualquier asociación entre la Compañía y cualquier otra organización. Las reuniones, llamados u otros eventos de la Compañía o de los Afiliados de Marca no pueden ser usados como foro para promover o expresar creencias personales o de otras organizaciones, Compañías, eventos o individuos.

Capítulo 3 Publicidad

1 MATERIALES DE APOYO COMERCIAL Y USO DE LAS MARCAS REGISTRADAS

1.1 USO DE MATERIALES DE APOYO PARA EL NEGOCIO

Respecto a la excepción de la Sección 4 de este Capítulo relativo a los Materiales de Apoyo Comercial del Director Ejecutivo de Marca, usted sólo podrá usar los Materiales de Apoyo Comercial que han sido producidos y distribuidos por la Compañía para la promoción del negocio, los Productos y el Plan de Compensación de Ventas, y no puede preparar o usar sus propios Materiales de Apoyo Comercial. Además, debido a que las leyes y regulaciones difieren de Mercado a Mercado, sólo podrá usar los Materiales de Apoyo que han sido aprobados específicamente para el uso en ese Mercado Autorizado.

1.2 USO DE LAS MARCAS REGISTRADAS Y DERECHOS RESERVADOS

- a) El uso de las Marcas Registradas y Derechos Reservados. Las marcas registradas y derechos de autor son activos valiosos de la Compañía y ésta regula estrictamente el uso de estas marcas registradas y derechos de autor para asegurar que no pierdan su valor para la Compañía o sus Afiliados de Marca. No podrá utilizar las marcas registradas, derechos de autor ni otros derechos de propiedad intelectual, registrados o bajo otras circunstancias, de manera alguna excepto como lo autorizan específicamente estas Políticas y Procedimientos o como lo apruebe la Compañía por escrito de alguna otra forma. La Compañía puede prohibir el uso de sus marcas registradas o derechos reservados en cualquier Material de Apoyo Comercial u otro medio.
- b) Daños. Es responsable ante la Compañía por cualquier daño proveniente de su mal uso de nombres y marcas registradas de la Compañía, derechos de autor y otros derechos de propiedad intelectual, de cualquier forma, excepto como lo autorizan específicamente estas Políticas y Procedimientos o como lo apruebe de alguna manera la Compañía por escrito.

2 AFIRMACIONES SOBRE LOS PRODUCTOS

2.1 LIMITACIÓN GENERAL

Sólo podrá hacer las afirmaciones relacionadas con un Producto en específico y declaraciones publicadas en los Materiales de Apoyo Comercial de la Compañía y sus folletos que han sido aprobados por la Compañía para uso en los Materiales de Apoyo Comercial en el Mercado autorizado donde usted está haciendo las afirmaciones.

2.2 NO AFIRMACIONES MÉDICAS

No podrá hacer afirmaciones, o declarar o insinuar que algún Producto está formulado, diseñado o aprobado por la Compañía o cualquier autoridad regulatoria para tratar alguna enfermedad o condición médica. Estas declaraciones sugieren que los Productos son medicamentos más que cosméticos o nutricionales. Tampoco podrá comparar los Productos con medicamentos o afirmaciones médicas o farmacéuticas. Cualquier declaración, afirmación o comparación hecha por usted puede resultar en su responsabilidad legal personal.

2.3 AFIRMACIONES DE APROBACIÓN POR LA FDA PROHIBIDAS

No deberá declarar o insinuar que algún Producto está registrado o aprobado por la Administración de Alimentos y Medicamentos (*FDA, por sus siglas en inglés*) o cualquier otra autoridad regulatoria. La FDA no requiere o garantiza alguna aprobación en específico para los Productos cosméticos o nutricionales que vende la Compañía. Cuando se hacen afirmaciones acerca del beneficio de un Producto o se dan testimonios personales respecto a los Productos nutricionales que son afirmaciones de “estructura/función”, la afirmación o testimonio se debe acompañar de la siguiente renuncia de responsabilidad:

“Estas afirmaciones no han sido evaluadas por la Administración de Alimentos y Medicamentos o cualquier otra autoridad local. Este producto no pretende diagnosticar, tratar, curar o prevenir alguna enfermedad”

Las Afirmaciones de Estructura y/o función describen el papel de un nutriente o ingrediente dietético que afecte la estructura o funcionamiento normal en los seres humanos, por ejemplo, “el calcio forma huesos fuertes”. No están aprobadas previamente por la FDA pero deben ser verdaderas y no confusas.

2.4 FOTOGRAFÍAS DEL ANTES Y EL DESPUÉS

Sólo aquellas fotografías y videos que hayan sido aprobadas por la Compañía pueden ser usados para demostrar los beneficios del Producto.

2.5 MODIFICACIONES AL EMPAQUE DE PRODUCTOS

No podrá modificar ningún empaque, etiqueta, folleto o instrucciones para el uso de algún Producto. Tampoco podrá dar instrucciones para usar un Producto en una manera que no esté descrita en los folletos actuales aprobados por la Compañía. Cualquier modificación o instrucción hecha por usted puede resultar en su responsabilidad legal personal.

3 NO AFIRMACIONES DE INGRESOS

3.1 NO AFIRMACIONES ENGAÑOSAS DE INGRESOS

Es importante que todos los Afiliados de Marca estén completamente informados y tengan expectativas reales con respecto a la oportunidad de ingresos asociada con ser un Afiliado de Marca. Para ayudar a los Afiliados de Marca a tener expectativas realistas, deberá cumplir con las disposiciones de esta Sección 3 en todos los aspectos de sus actividades comerciales. Lo más importante, no podrá hacer afirmaciones, específicas o implícitas, con respecto a que la oportunidad de ingresos que sean falsas o engañosas, incluyendo las garantías de ingresos de cualquier tipo. No puede exhibir cheques reales o en fax de los Bonos.

3.2 REQUISITOS DE AFIRMACIONES DE ESTILO DE VIDA Y SOBRE INGRESOS

Sólo podrá hacer afirmaciones acerca de su estilo de vida (por ejemplo, mi negocio en Nu Skin me permitió comprar un yate, renunciar a mi empleo, comprar una nueva casa, etc.) o afirmaciones acerca de su nivel de Bonos o ingresos asociados con su negocio de Nu Skin si se cumplen las siguientes condiciones:

- a) La información debe ser verídica y no engañosa;
- b) La información debe estar basada en su experiencia y nivel de compensación real o la experiencia y nivel de ingresos de los Afiliados de Marca en su Equipo o línea descendente inmediata, o ser consistente con la información de la Compañía o de los Materiales de Apoyo Comercial del Director Ejecutivo de Marca;
- c) La afirmación por compensación debe estar fundada en un monto mensual o anual y en el porcentaje real del monto del ingreso de esos Afiliados de Marca;
- d) Deberá dar a conocer junto con la afirmación de compensación, el Resumen más reciente de Compensación de Afiliado de Marca;
- e) No podrá hacer afirmaciones con respecto al tiempo invertido para alcanzar niveles de compensación específicos sin una aprobación previa por escrito de la Compañía;
- f) Si hace afirmaciones en cuanto a su “ingreso” o “ganancia” en lugar de “Bonos” o “compensación”, usted debe exponer los gastos en los que incurrió al generar dichos ingresos o revelar el monto de gastos en los que incurrió al generar los mismos; y
- g) Si hace afirmaciones con respecto a los niveles de los Bonos, usted debe de tomar en cuenta que dicho monto es la cantidad neta antes de la deducción de impuestos asociada con el negocio.

4 MATERIALES DE APOYO COMERCIAL PRODUCIDO POR UN DIRECTOR EJECUTIVO DE MARCA

4.1 MATERIALES DE APOYO COMERCIAL PRODUCIDO POR UN DIRECTOR EJECUTIVO DE MARCA

Con el fin de proteger la integridad de la Red y asegurar que los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial sólo sean producidos, utilizados y distribuidos por Afiliados de Marca con experiencia significativa y conocimiento relativo a la Compañía y sus Productos, sólo los Directores Ejecutivos de Marca pueden producir, utilizar y distribuir sus propios Materiales y Servicios de Apoyo Comercial. Los Directores Ejecutivos de Marca pueden producir Materiales y Servicios de Apoyo Comercial para uso propio y de otros Afiliados de Marca sólo si cumplen con los términos de estas Políticas y Procedimientos, incluyendo, sin limitantes, las disposiciones de las Secciones 2, 3, 4.3 y 4.4 de este Capítulo 3 y su Apéndice B. Los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Ejecutivo de Marca sólo pueden ser usados en Países Autorizados específicos en los que han sido registrados. Para propósitos de este Capítulo 3, los Directores Ejecutivos de Marca son aquellos Afiliados de Marca que: (i) actualmente disfrutan del estatus activo del Director Ejecutivo de Marca; (ii) han sido Director Ejecutivo de Marca por un mínimo de tres meses; y (iii) no se encuentran en incumplimiento material del Acuerdo.

4.2 NO APOYO O APROBACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Aunque la Compañía permite a los Directores Ejecutivos de Marca producir, utilizar y distribuir Materiales y Servicios de Apoyo Comercial de Director Ejecutivo de Marca para el uso de otros Afiliados de Marca, necesita estar consciente de que estos Materiales y Servicios de Apoyo Comercial son producidos de manera independiente por los Directores Ejecutivos de Marca y no están producidos, apoyados, recomendados o aprobados por la Compañía. Si elige comprar o usar los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial de un Director Ejecutivo de Marca, la Compañía (i) no se hace responsable ni está obligada con usted con respecto a reembolsos y cambios, y (ii) no garantiza que los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Ejecutivo de Marca cumplan con todas las leyes aplicables y los requisitos regulatorios. Y más aún, la compra de dichos materiales no es requerida y no puede haber garantía de que dichos Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Ejecutivo de Marca contribuirán significativamente a su negocio. Deberá evaluar cuidadosamente la compra de los Materiales de Apoyo Comercial. Usted no debe gastar más en dichos Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Ejecutivo de Marca de lo que puede

ser sostenido por su nivel actual de Bonos bajo el Plan de Compensación de Ventas.

4.3 ACUERDO DE LICENCIA DE MATERIALES DE APOYO COMERCIAL

Un Director Ejecutivo de Marca debe ejercer y presentar a la Compañía una Licencia de Acuerdo previa a la producción de cualquier Material y Servicio de Apoyo Comercial del Director Ejecutivo de Marca. La Licencia de Acuerdo es por un periodo de dos años y debe ser renovada si es que quiere seguir produciendo y utilizando sus Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Ejecutivo de Marca. La Licencia de Acuerdo le garantiza el derecho de usar ciertas marcas y nombres registrados de la Compañía y expone los términos y condiciones con los que debe estar de acuerdo en cumplir para poder producir Materiales y Servicios de Apoyo Comercial y utilizar las marcas registradas de la Compañía.

4.4 REGISTRO DE MATERIALES DE APOYO COMERCIAL PRODUCIDO POR UN DIRECTOR EJECUTIVO DE MARCA.

Antes de usar o distribuir cualquier Material y Servicio de Apoyo Comercial del Director Ejecutivo de Marca, un Director Ejecutivo de Marca debe registrar dichos Materiales y Servicios de Apoyo Comercial ante la Compañía y recibir un Aviso de Registro de estos con respecto a dichos Materiales y Servicio de Apoyo Comercial del Director Ejecutivo de Marca tal como se expone en el Apéndice B de estas Políticas.

4.5 VENTAS POR DIRECTORES EJECUTIVOS DE MARCA; PROPÓSITO

Los Directores Ejecutivos de Marca que venden Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Ejecutivo de Marca a otros Afiliados de Marca deben cumplir con estas Políticas y Procedimientos y las disposiciones del Apéndice B de estas Políticas. Los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Ejecutivo de Marca pueden ser vendidos sólo con el propósito de promover los Productos de la Compañía y para ayudar, capacitar y motivar a otros Afiliados de Marca en su promoción de Productos y el negocio de la Compañía.

4.6 ORGANIZACIONES DE AFILIADOS DE MARCA

Las Organizaciones de Afiliados de Marca que ofrezcan materiales oficiales, capacitación, sitios web, suscripciones, Materiales y Servicios de Apoyo Comercial u otras herramientas de promoción comercial sólo pueden estar formadas por Directores Ejecutivos de Marca. Las Organizaciones de Afiliados de Marca deben cumplir con las indicaciones por escrito de la Compañía que regulan la operación de una Organización de Afiliado de Marca. El Director Ejecutivo de Marca, quien es el principal organizador de la Organización de Afiliados de Marca, (i) debe notificar a la Compañía por escrito acerca de la formación de la Organización de Afiliado de Marca, y (ii) es responsable de asegurar que la Organización de Afiliado de Marca cumpla con las indicaciones.

5 MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN; PUBLICIDAD GENERAL

5.1 PROMOCIONES UTILIZANDO LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN PROHIBIDOS

No podrá usar publicidad alguna en medios de comunicación masiva para promover los Productos, incluyendo la publicidad en Internet. Esto incluye noticias o fragmentos promocionales en programas televisivos, noticiarios, programas de entretenimiento, anuncios en Internet, etc. Los Productos sólo pueden ser promovidos por contacto personal o por folletos producidos y distribuidos por la Compañía o por Afiliados de Marca de acuerdo con estas Políticas y Procedimientos. Podrá hacer publicidad genérica de la oportunidad de negocio en las jurisdicciones que permitan ese tipo de publicidad, pero sólo de acuerdo con las Políticas y Procedimientos de la Compañía.

5.2 ENTREVISTAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

No podrá promover los Productos o la oportunidad de negocio a través de entrevistas en los medios de comunicación, artículos en publicaciones, reportes noticiarios o cualquier otra fuente de información pública, comercial o industrial, a menos que se autorice específicamente por escrito por la Compañía. Esto incluye publicaciones privadas, de membresía pagada o para “grupos privados”. No podrá hablar a los medios de comunicación en favor de la Compañía, y no significa que esté autorizado por la Compañía para hablar en su favor. Todos los contactos o preguntas de medios de comunicación deben ser dirigidos al Departamento de Relaciones Públicas de la Compañía llamando al 801-487-1000 en Estados Unidos.

5.3 PUBLICIDAD EN EL DIRECTORIO TELEFÓNICO

Para poder publicitar en la sección amarilla o listar su nombre en las páginas blancas de un directorio de circulación local en su área o vía Internet, deberá haber alcanzado y gozar actualmente de un estatus activo de nivel Socio Ejecutivo de Marca o superior, al momento en que el acuerdo para ese listado sea firmado.

- En las páginas blancas, el anuncio debe estar limitado a dos renglones con las palabras “Afiliado de Marca Independiente de “Pharmanex” (o “Nu Skin”), Juan Pérez (su nombre)” y un número telefónico. No se permiten anuncios en negritas ni con adornos. Los anuncios deben ser sólo a nombre del Afiliado de Marca.
- En la sección amarilla, la publicidad debe ser puesta bajo la categoría de “Nutrición” u otra categoría aprobada por la Compañía.

5.4 DISTRIBUCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES

Todos los materiales promocionales, incluyendo, aunque no limitado a, volantes, tarjetas de presentación y Materiales de Apoyo Comercial del

Director Ejecutivo de Marca registrados de acuerdo con el Apéndice B de estas Políticas y Procedimientos, pueden ser distribuidos sólo por contacto personal. El material promocional no puede pegarse en lugares públicos, correo o fax masivo, colocarse sobre autos estacionados, en buzones o repartirse por cualquier otro medio no personalizado.

6 ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS, FERIAS Y POLÍTICA COMERCIAL DE ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIO

6.1 ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS

No podrá vender Productos y/o promocionar la oportunidad de negocio de la Compañía en tiendas minoristas como tiendas de productos para la salud o de alimentos, de abarrotos, de ventas por Internet y otros establecimientos como estos. También tiene prohibido vender a cualquier Persona que terminará a su vez vendiendo productos en tiendas minoristas como es establecido en la Sección 5.2 del Capítulo 2. Puede, con el previo consentimiento del establecimiento minorista, poner Material Publicitario producido por la Compañía y/o Material Publicitario Personalizado dentro del establecimiento. De cualquier manera, todo Material Publicitario debe estar contenido dentro de un muestrario de folletos producido por la Compañía. Sin embargo, el muestrario de folletos y Material Publicitario no debe estar visible al público en general de forma tal que lo atrajera dentro del establecimiento minorista.

6.2 STANDS EN EXHIBICIONES COMERCIALES

En general, no puede vender Productos de la Compañía o promover la oportunidad de negocio de esta en mercados sobre ruedas, centros de trueque, bazares, grupos de hombres / mujeres, supermercados, gimnasios, ligas atléticas, centros comerciales y otras reuniones similares donde pueda ser expuesta la oportunidad de negocio o los Productos. Sin embargo, con previa aprobación por escrito de la Compañía, un Afiliado de Marca de nivel Representante de Marca puede rentar o montar un stand o poner un exhibidor en una feria comercial o convención aprobada por la Compañía. Si usted es un Afiliado de Marca de nivel Representante de Marca que quiere montar un stand o exhibidor en una Convención, usted debe cumplir con los siguientes requisitos:

- a) El tema de la Convención debe estar directamente relacionado con el negocio de la Compañía;
- b) Por lo menos cuatro semanas antes de la Convención, usted debe presentar a la Compañía una propuesta con respecto a la misma y obtener una previa aprobación por escrito de la Compañía.
- c) Sólo podrá utilizar Materiales Publicitarios producidos por la Compañía. Se requiere la compra de un letrero de Afiliado de Marca independiente producido por la Compañía para mostrar en el stand.
- d) No podrá hacer referencia a la Compañía con ningún tipo de Material Publicitario que implique que la Compañía está participando en la Convención. En lugar de eso, cualquier Material Publicitario o promocional aprobado por la Compañía debe hacer referencia específica de usted como Afiliado de Marca independiente de nivel Representante de Marca de la Compañía; incluyendo mapas o listas preparados por el patrocinador de la Convención.
- e) No podrá usar la Convención para promover cualquier otro producto, servicio u oportunidad de negocio que no sea la oportunidad y los Productos de la Compañía.
- f) Durante la Convención, deberá cumplir personalmente con las Políticas y Procedimientos, y es responsable por (i) las acciones de cualquier individuo que trabaje en el stand en la convención; (ii) todos los materiales distribuidos en la Convención; y (iii) todos los otros aspectos de la participación en la Convención; y
- g) Además de los otros recursos estipulados en las Políticas y Procedimientos, la Compañía se reserva el derecho a negar futuras participaciones en Convenciones por cualquier violación a alguna política durante la Convención.

6.3 ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS

Si es dueño o empleado de un establecimiento relacionado con el servicio, puede proveer a los clientes con los Productos de la Compañía por medio de este establecimiento en tanto que esté haciendo una preselección apropiada y apoyo constante a sus clientes como lo solicita el Acuerdo. En ningún caso, podrá mostrar letreros de los Productos u otro Material Publicitario de forma visible al público en general, de forma que lo atraiga dentro del establecimiento para la compra de los Productos.

- a) Un establecimiento relacionado con el servicio es aquel cuyo ingreso principal sea el proporcionar servicio personalizado en lugar de la venta de productos, y cuyo uso de los clientes esté controlado por una membresía o cita.
- b) Los Afiliados de Marca sólo pueden vender Productos a través de los establecimientos que brinden servicios relacionados con los Productos. Por ejemplo, los Productos de Pharmanex pueden ser vendidos en las oficinas de médicos y otros profesionales de la salud o gimnasios. Los Productos de Nu Skin pueden ser vendidos en peluquerías, salones de belleza, boutiques de uñas o centros de bronceado.

6.4 EL DERECHO DE LA COMPAÑÍA A UNA DETERMINACIÓN FINAL

La Compañía se reserva el derecho, bajo su propio criterio, a hacer una determinación final si un establecimiento está relacionado con el servicio o si es un lugar apropiado para la venta de Productos.

7 INTERNET

7.1 USO DEL INTERNET EN EL NEGOCIO DEL AFILIADO DE MARCA

Usted podrá usar Internet para promover la Compañía, incluyendo sus Productos, sólo si tal uso está autorizado específicamente en las Secciones 7.2 o 7.3 de estas Políticas y Procedimientos y en cumplimiento con todas las disposiciones de estas Políticas y Procedimientos incluyendo las Secciones 2, 3, 4 y 5 de este Capítulo 3, así como las indicaciones para el uso de Internet establecidas por escrito por la Compañía. Cualquier otro uso de Internet para promover a la Compañía o sus Productos o su Plan de Compensación de Ventas están prohibidos.

7.2 ACTIVIDADES PERMITIDAS EN INTERNET

Todos los Afiliados de Marca pueden utilizar el Internet como se describe a continuación:

- a) Se le permite utilizar a los Afiliados de Marca los sitios web producidos por la Compañía.
- b) Podrá utilizar sitios web genéricos (i) de oportunidad de negocio, (ii) pantallas de bienvenida genéricas, o (iii) medios sociales con enlaces a los sitios web de la Compañía. Estas páginas genéricas y medios sociales no pueden contener las marcas registradas de la Compañía u otro material registrado y no pueden contener información de la Compañía, sus Productos o sus negocios, o fotos de Productos o instalaciones corporativas / personal. Tampoco pueden contener información falsa o engañosa.
- c) Podrá usar Internet incluyendo sitios de redes sociales, blogs, medios y aplicaciones sociales, y otros sitios que tengan contenidos que estén basados en la participación de usuarios y el contenido generado por los mismos, foros, tableros de mensajes, blogs, wikis y podcasts (es decir, Facebook, Twitter, Flickr, etc.) para (1) comunicar información preliminar acerca de la Compañía o su Participación en la Compañía, (2) para enlazar a los usuarios a un Sitio de Mercadeo en Internet de la Compañía o un Sitio de Mercadeo en Internet registrado por un Director Ejecutivo de Marca, (3) para publicar Materiales de Apoyo de la Compañía que han sido autorizados por la misma para ser publicados en blogs personales o sitios de redes sociales; no obstante y siempre y cuando, dicha información y uso deba ser (i) incidental al uso de tal foro, sitio, blog, tablero, blog, wiki o podcast u otra forma del uso de Internet, y (ii) no puede ser un Sitio de Mercadeo en Internet. Como se expone en la Sección 7.3 de este Capítulo, sólo los Directores Ejecutivos de Marca pueden mantener un Sitio de Mercadeo en Internet. La Compañía tiene el derecho a hacer la determinación, bajo su propio criterio, de si su uso del Internet está permitido según esta Sección o si dicho uso es un Sitio de Mercadeo en Internet no autorizado. Además, usted debe cumplir con las indicaciones regulatorias publicadas por la Compañía sobre el uso del Internet. Estas indicaciones pueden cambiar de vez en cuando y es su obligación estar al tanto de las indicaciones actuales y cumplir con ellas. En caso de una violación, además de aplicar una acción disciplinaria contra usted, según el Capítulo 6 de estas Políticas y Procedimientos, la Compañía puede requerirle que quite inmediatamente alguna información o sitio de mercadeo que esté violando las políticas de la Compañía.

Ejemplos de usos Permitidos para No Directores Ejecutivos de Marca.

Si usted mantiene una página personal de Facebook donde publica una variedad de información, podrá publicar información acerca de que es un Afiliado de Marca de Nu Skin, información acerca de eventos de Nu Skin donde haya participado e información preliminar acerca de Nu Skin, y direccionar a los lectores a un Sitio de Mercadeo en Internet de la Compañía o un Sitio de Mercadeo en Internet autorizado de un Director Ejecutivo de Marca para más información.

Si tiene un blog personal o sitio en una red social, puede publicar un anuncio de que es un Afiliado de Marca de los productos ageLOC, y que otros pueden darse de alta como Afiliado de Marca, y que lo contacten si están interesados en discutir el negocio con usted.

Ejemplos de usos NO Permitidos para No Directores Ejecutivos de Marca.

Una página de Facebook que está dedicada principalmente a Nu Skin, que incluye material de mercadeo publicado, tal como videos o fotos del antes y el después, o si es una página de seguidores o similar que utiliza las marcas registradas de la Compañía, sería considerada como un Sitio de Mercadeo en Internet y sería una violación a la política de no Directores Ejecutivos de Marca.

Un blog o red social que trata principalmente de los Productos u oportunidad de negocio, es decir, que ese es el objetivo de sus publicaciones y discusiones, que lleva por título alguna marca registrada o eslogan de Nu Skin, o que utiliza contenido de mercadeo, sería una violación a la política de no Directores Ejecutivos de Marca. Los ejemplos anteriores sólo están mencionados con propósitos de ilustración, y no pretenden ser una lista exhaustiva de usos permitidos y no permitidos en Internet o de las condiciones o factores que la Compañía considerará al determinar si un uso particular del Internet es un Sitio de Mercadeo en Internet.

7.3 SITIO DE MERCADEO EN INTERNET DEL DIRECTOR EJECUTIVO DE MARCA

Para proteger la integridad de la Red y asegurar que el contenido del mercadeo en Internet sólo está creado y publicado por Afiliados de Marca con experiencia significativa y conocimiento relacionado con la Compañía y sus Productos, sólo los Directores Ejecutivos de Marca (como se define en la Sección 4.1 de este Capítulo 3) pueden crear o mantener un Sitio de Mercadeo en Internet. Dichos Sitios de Mercadeo en Internet deberán ser considerados como Materiales y Servicios de Apoyo Comercial y deberán estar sujetos a las Secciones 4 y 5 de este Capítulo. Además de los requisitos expuestos en la Sección 4 de estas Políticas con respecto a los Materiales de Apoyo y Servicios Comerciales del Director Ejecutivo de Marca. Los Sitios de Mercadeo en Internet de un Director Ejecutivo de Marca están sujetos a las siguientes reglas:

- a) Deberá haber presentado una Postulación para Registro de la colocación de cualquier Sitio de Mercadeo en Internet de un Director

- Ejecutivo de Marca y haber recibido un Aviso de Registro para dicho Sitio de Mercadeo en Internet de un Director Ejecutivo de Marca;
- b) Deberá notificar inmediatamente a la Compañía si publica cualquier información en el Sitio de Mercadeo en Internet de un Director Ejecutivo de Marca que esté relacionado con la Compañía, sus Productos o la oportunidad de negocio / Plan de Compensación de Ventas, que no haya sido registrada previamente con la Compañía.
 - c) El material descargable como PDFs, videos, fotos, presentaciones en PowerPoint y otros archivos, se consideran Materiales de Apoyo Comercial separados y usted debe registrarlos con la Compañía y recibir un Aviso de Registro antes de publicarlos en su Sitio de Mercadeo en Internet de Director Ejecutivo de Marca;
 - d) Cualquier afirmación acerca de los ingresos publicados en un Sitio de Internet de un Director Ejecutivo de Marca debe incluir la versión más reciente del resumen del plan de compensación de Afiliado de Marca de la Compañía y deben cumplir con todas las reglas con respecto a las Afirmaciones de ingresos según la Sección 4 de este Capítulo 3 de las Políticas y Procedimientos;
 - e) Los Sitios de Mercadeo en Internet del Director Ejecutivo de Marca no pueden contener más de cincuenta (50) páginas, en conjunto, sin el consentimiento por escrito de la Compañía. Deberá dar a la Compañía cualquier nombre de usuario o contraseña conforme pueda ser necesario para acceder a todas las partes del Sitio de Mercadeo en Internet de Director Ejecutivo de Marca; y
 - f) Si la Compañía le notifica que debe quitar o borrar cualquier información de su Sitio de Mercadeo en Internet de Director Ejecutivo de Marca, o hacerle modificaciones o agregar información adicional tal como las limitaciones de ingresos, deberá realizar los cambios solicitados en 24 hrs (o en un periodo más corto si la Compañía, según su propio criterio, lo requiera) o cerrar el Sitio de Mercadeo en Internet de Director Ejecutivo de Marca hasta que hayan sido hechos los cambios.

7.4 RESTRICCIONES ADICIONALES EN EL USO DE INTERNET

Todos los sitios web de los Afiliados de Marca, ya sean los Sitios de Mercadeo en Internet del Director Ejecutivo de Marca o sitios web de Afiliado de Marca producidos por la Compañía y cualquier otra forma de uso de Internet autorizada por estas Políticas, incluyendo video y audio en Internet, medios sociales y otros sitios que tengan contenido basado en la participación del usuario y contenido generado por los usuarios, deben cumplir con las siguientes reglas:

- a) No podrá utilizar sitios web que reproduzcan la información excepto por los producidos por la Compañía;
- b) No podrá incluir propiedad intelectual alguna o información propiedad de la Compañía o de terceros en los nombres únicos de dominio / URL o meta-etiquetas de sus sitios web, o en alguna otra forma de uso de Internet, incluyendo pero no limitado a, etiquetas, enlaces, nombres de blogs, redes sociales, medios y aplicaciones sociales, y otros sitios cuyo contenido está basado y generado en la participación del usuario, foros, tableros de mensajes, blogs, wikis y podcasts (como, Facebook, YouTube, Twitter, Wikipedia, Flickr) o como “protector” de escritor;
- c) No podrá registrar su(s) sitio(s) web en motores de búsqueda o directorios web usando propiedad intelectual o cualquier información exclusiva de la Compañía o de un tercero (es decir, marcas registradas, nombres registrados, secretos comerciales y materiales con derechos reservados) sin una autorización por escrito del propietario;
- d) No podrá usar enlaces patrocinados o pagar por la ubicación de publicidad mediante motores de búsqueda y directorios web;
- e) Sólo podrá promover enlaces en su sitio web o páginas web mediante el contacto personal uno a uno; y
- f) Podrá dar enlaces hacia su sitio web o páginas web sólo desde otros sitios web que hayan sido registrados por la Compañía.

7.5 VIDEO Y AUDIO EN INTERNET

Se le prohíbe publicar algún contenido en video o audio creado, producido, perteneciente o relativo a (i) la Compañía, sus productos, Plan de Compensación de Ventas o Afiliados de Marca, o (ii) usted o algún tercero, en cualquier sitio web a menos que haya recibido una autorización previa por escrito de la Compañía o que dicha publicación esté específicamente permitida por esta Sección 7.5 de este Capítulo 3. Esta prohibición incluye, pero no está limitada a, grabaciones de audio o video del personal de la Compañía o de los eventos patrocinados por la Compañía o por Afiliado de Marca, reuniones, capacitación o presentaciones de ventas. Como excepción a esta regla, los Directores Ejecutivos de Marca pueden publicar audios y videos de presentaciones producidas por la Compañía, específicamente autorizadas por la Compañía para publicación en Internet por los Directores Ejecutivos de Marca, en sus Sitios de Mercadeo por Internet, así como audios y videos de presentaciones que hayan sido registradas por la Compañía y para los que se haya emitido un Aviso de Registro.

7.6 VENTAS POR INTERNET

Puede vender los Productos de la Compañía en Internet, de conformidad con las Directrices de Ventas Sociales, para compartir y vender entre personas. Debe seguir las Directrices de Redes Sociales publicadas por la Compañía cuando se involucra en las ventas por Internet. Debe conocer y cumplir con las reglas y condiciones actuales que ha publicado la Compañía en las Directrices de Redes Sociales (https://www.nuskin.com/content/dam/office/s_america/shared/es/business_materials/la_Redres_Sociales.pdf)

7.7 CORREO NO DESEADO

Deberá cumplir con todas las leyes correspondientes al envío de mensajes por correo electrónico, incluida la ley CAN-SPAM de 2003, y es su deber estar al tanto y mantenerse informado acerca de los requerimientos de estas leyes. Se le prohíbe enviar correos electrónicos no solicitados que tengan que ver con su sitio web o Cuenta de Afiliado de Marca a individuos que no hayan solicitado específicamente información respecto a la

oportunidad de negocio o Productos de la Compañía. En el caso de que un individuo que previamente estuvo de acuerdo en recibir información vía correo electrónico concerniente a la oportunidad de negocio y/o Productos, y posteriormente le pida que deje de enviarle correos electrónicos, deberá atender la solicitud inmediatamente.

8 SERVICIOS DEL PROGRAMA DE GENERACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES; SIN CUOTAS POR CONFERENCIAS

8.1 SERVICIOS DEL PROGRAMA DE GENERACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES

Antes de vender, comprar o usar cualquier programa de servicio de generación de clientes en la promoción del negocio, deberá verificar que el programa haya sido obtenido apropiadamente y que sea legal para usarse en el área en que se esté contactando el programa identificado. Esto incluye, pero no está limitado a asegurar el cumplimiento del programa con las listas de “No llamar” en el país, región o estado donde se localiza la dirección del programa. Cualquier violación de las leyes relacionadas con los programas es responsabilidad única de las personas que proveen y contactan los programas. La persona que cometa la violación debe indemnizar a la Compañía por cualquier costo o daño provocado por tener inconvenientes regulatorios o personales al uso del programa.

8.2 SIN CUOTAS POR CONFERENCIAS; REUNIONES

No podrá cobrar por hablar en una reunión de Afiliado de Marca. Sin embargo, sus gastos razonables por viáticos (es decir, flete/envío, hotel, alimentos) que necesite al asistir y dar una plática en una reunión pueden ser reembolsados. En el caso de que esté organizando una reunión u otro evento, puede hacer un cargo a los Afiliados de Marca asistentes al evento, pero dicho cargo no puede exceder lo necesario para cubrir los costos de dicha reunión u otro evento.

9 NO GRABACIONES DE EVENTOS O EMPLEADOS DE LA COMPAÑÍA

Puede grabar cualquier evento patrocinado por la Compañía, o cualquier discurso y otra presentación realizada por un empleado y otro representante de la Compañía en cualquier reunión, evento, o de otra forma, si sólo es para su uso privado, y no se publica, distribuye, copia o transmite en algún formato o medio, y se muestra a cualquier otro Afiliado de Marca, Afiliados de Marca potenciales o clientes, sin importar el entorno. Excepto en el caso de grabaciones de uso privado como se describe en esta Sección 9, no podrá grabar cualquier evento patrocinado por la Compañía, grabar cualquier charla u otra presentación hecha por un empleado u otro representante de la Compañía en cualquier reunión, evento o, sin el previo consentimiento por escrito de la Compañía

Capítulo 4 Patrocinio

1 CÓMO CONVERTIRSE EN PATROCINADOR

1.1 REQUISITOS

Únicamente se podrá actuar como Patrocinador si se cubren todos los requisitos y aceptan las responsabilidades descritas en el Acuerdo.

1.2 UBICACIÓN DE NUEVOS AFILIADOS DE MARCA

Podrá recomendar a Personas para que se vuelvan Afiliados de Marca de la Compañía al presentar un Acuerdo de Afiliado de Marca a la Compañía. A la aceptación del formulario de Acuerdo de Afiliado de Marca por parte de la Compañía, los postulantes son ubicados directamente bajo el Patrocinador nombrado en el Acuerdo de Afiliado de Marca. Aunque el Afiliado de Marca recién patrocinado puede ser llamado como parte de su Equipo, esto no le creará forma alguna de beneficio de propiedad en esa Cuenta de Afiliado de Marca o con respecto a cualquier información referente a ese Acuerdo. Todos los Afiliados de Marca son parte de una Red, esta Red y cualquier información con respecto a ésta son un bien perteneciente sólo a la Compañía y no al Patrocinador.

1.3 PORTAFOLIO DE NEGOCIOS

Tras el registro con la Compañía, se proporcionará de manera gratuita el enlace para el Portafolio Digital de Negocios. No existe ningún requisito financiero para convertirse en Afiliado de Marca. El Portafolio de Negocios no genera Bono.

1.4 DISTRIBUCIÓN DE PROGRAMAS DE GENERACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE LA COMPAÑÍA

Cuando la Compañía recibe preguntas de individuos concernientes a los Productos o la oportunidad de negocio de la Compañía, la Compañía transfiere a estos individuos a los Afiliados de Marca según su criterio.

2 RESPONSABILIDADES DE UN PATROCINADOR

2.1 CAPACITACIÓN DE SU EQUIPO

Usted debe supervisar, capacitar, apoyar y tener comunicación constante con (i) cualquier Afiliado de Marca que patrocine, y (ii) su Equipo de una forma consistente según los términos del Acuerdo. Sus responsabilidades incluyen, pero no están limitadas a:

- (a) Proveer capacitación regular sobre ventas minoristas y capacitación organizacional, orientación y motivación a su Equipo;
- (b) Hacer su mejor esfuerzo para asegurarse de que todos los Afiliados de Marca en su Equipo entiendan y cumplan correctamente con los términos y condiciones del Acuerdo y las leyes, decretos y regulaciones aplicables a nivel nacional y local;
- (c) Intervenir en cualquier conflicto que suceda entre un cliente y algún miembro de su Equipo e intentar resolver las controversias de forma oportuna y cordial;
- (d) Mantener el contacto con su Equipo y estar disponible para responder a sus preguntas;
- (e) Proveer capacitación para asegurar que las ventas de Producto y las reuniones de oportunidad de negocio conducidas por su Equipo sean llevadas a cabo conforme al Acuerdo, los folletos actuales de la Compañía y así como cualquier ley, decreto y regulaciones aplicables;
- (f) Monitorear las actividades de aquellos a los que patrocine personalmente y aquellos en su Equipo, y trabajar de buena fe con la Compañía para prevenir la violación de estas Políticas y Procedimientos y la manipulación del Plan de Compensación de Ventas;
- (g) Supervisar y ayudar en los esfuerzos de su Equipo para vender los Productos de la Compañía a clientes minoristas; y
- (h) Cooperar con la Compañía con respecto a las investigaciones de su Equipo y, ante la solicitud de la Compañía, proveer toda la información relevante que incumbe a alguna investigación.

2.2 ALTERNACIÓN O CAMBIO DE LÍNEAS

No podrá alentar, incitar o ayudar a otro Afiliado de Marca para que se cambie con un patrocinador diferente. El hacerlo constituye una interferencia injustificable e irracional en la relación contractual entre la Compañía y sus Afiliados de Marca. Esta prohibición incluye, pero no está limitada a, ofrecer incentivos financieros o tangibles de alguna otra manera a otro Afiliado de Marca para que finalice una Cuenta de Afiliado de Marca existente y luego volverse a afiliar bajo un Patrocinador diferente. Usted estará de acuerdo con que la violación a esta regla ocasiona un daño irreparable a la Compañía y está de acuerdo con que una medida precautoria u orden de restricción será el recurso judicial apropiado para prevenir ese daño. La Compañía también puede imponer penalidades a cualquier Afiliado de Marca que solicite o incite a otro Afiliado de Marca existente a cambiar de líneas de patrocinio.

23 NO SE REQUIERE COMPRA DE PRODUCTOS O MATERIALES DE APOYO COMERCIAL Y SERVICIOS

No se requiere ninguna compra para convertirse en Afiliado de Marca. No podrá exigir que un Afiliado de Marca o posible Afiliado de Marca compre cualquier Producto o Materiales y Servicios de Apoyo Comercial, o insinuar que se requiera dicha adquisición.

24 INFORMACIÓN CORRECTA EN LOS FORMULARIOS DE LA COMPAÑÍA

No podrá motivar o ayudar a algún Afiliado de Marca o posible Afiliado de Marca a que dé información falsa o errónea en su Acuerdo de Afiliado de Marca o en cualquier otro formulario de la Compañía.

25 COMUNICACIÓN DE SU EQUIPO CON LA COMPAÑÍA

No podrá desanimar o intentar impedir que algún Afiliado de Marca contacte directamente a la Compañía por alguna razón, o que la Compañía contacte directamente a un Afiliado de Marca. Es su obligación facilitar la comunicación entre algún Afiliado de Marca de su Equipo y la Compañía a solicitud de ese Afiliado de Marca de su Equipo o a petición de la Compañía.

3 NEGOCIO INTERNACIONAL

3.1 NEGOCIO INTERNACIONAL

Según el Acuerdo, podrá llevar a cabo Actividad Comercial como Afiliado de Marca en cualquier Mercado Autorizado. Si el Mercado es un Mercado Cerrado, entonces usted está limitado sólo a dar tarjetas de presentación y guiar, organizar o participar en reuniones donde el número de asistentes por reunión, incluyéndole, no exceda de cinco. No podrá utilizar volantes, llamadas no solicitadas, correo electrónico masivo, publicidad u ofrecimientos masivos de ningún tipo para promover la asistencia a estas reuniones. En Mercados Cerrados no podrá:

- (a) Importar o facilitar la importación de Productos o muestras de Productos de la Compañía para venderlos, regalarlos o distribuirlos de alguna manera;
- (b) Poner algún tipo de publicidad o distribuir materiales promocionales con respecto a la Compañía, sus Productos o la oportunidad de negocio, excepto los Materiales de Apoyo Comercial aprobados por la Compañía que ésta ha autorizado específicamente para su distribución en un determinado Mercado Cerrado.
- (c) Solicitar o negociar cualquier acuerdo con el propósito de comprometer a algún ciudadano o residente de un Mercado Cerrado a la oportunidad de negocio a un Patrocinador específico o líneas de patrocinio específicas. Sin embargo, los Afiliados de Marca no pueden afiliar a ciudadanos o residentes de Mercado Cerrado en un Mercado Autorizado o utilizar formularios de Acuerdos de Afiliado de Marca de un Mercado Autorizado, a menos de que el ciudadano o residente del Mercado Cerrado tenga, al momento de afiliarse, residencia permanente y autorización legal para trabajar en el Mercado Autorizado. Es responsabilidad del Patrocinador asegurar el cumplimiento con los requisitos de la residencia y el permiso de trabajo. Una membresía o participación, o propiedad de una corporación, sociedad u otra entidad legal en un Mercado Autorizado no cumple por sí misma con los requisitos de la residencia o autorización legal para trabajar. Si un Participante en una Cuenta de Afiliado de Marca no puede dar la verificación de la residencia o del permiso de trabajo cuando se lo solicite la Compañía, ésta puede, si así lo decide, declarar nulo el Acuerdo de Afiliado de Marca desde su inicio.
- (d) Aceptar dinero u otra contraprestación, o estar involucrado en alguna operación financiera con un posible Afiliado de Marca, ya sea personalmente o a través de un agente, para propósitos relacionados con los Productos de la Compañía o la oportunidad de negocio, incluyendo rentar, alquilar o comprar instalaciones con el propósito de promover o conducir negocios relacionados con la Compañía, o
- (e) Promover, facilitar o conducir cualquier tipo de actividad que sobrepase las limitaciones expuestas en estas Políticas y Procedimientos o aquellas que la Compañía, bajo su propio criterio, considere contradictorias a sus negocios o intereses éticos en la expansión internacional.

3.2 REUNIONES EN UN MERCADO AUTORIZADO CON ASISTENTES DE UN MERCADO CERRADO

Si tiene una reunión en un Mercado Autorizado con personas que vienen de un Mercado Cerrado, esas personas que vienen de dicho Mercado están sujetas a las restricciones que deriven de su residencia o ciudadanía en un Mercado Cerrado. Esto significa, entre otras cosas, que ellos no pueden presentar un Acuerdo de Afiliado de Marca para convertirse en Afiliado de Marca o comprar productos para importarlos (incluyendo para uso personal).

3.3 ACUERDO DE PATROCINIO INTERNACIONAL

Si desea conducir un negocio en un Mercado Autorizado que no sea su Mercado de Residencia, debe cumplir con todas las leyes aplicables a ese Mercado Autorizado, incluyendo, pero no limitado a, todos los requisitos de inmigración, visa y registro. Además, antes de conducir una Actividad Comercial en un Mercado Autorizado que no es su Mercado de Residencia, deberá firmar un Acuerdo de Patrocinio Internacional si es que no ha firmado alguno cuando presentó su Acuerdo de Afiliado de Marca. La Compañía, según su criterio, se reserva el derecho a rechazar o revocar su autorización como Patrocinador Internacional en cualquier Mercado Autorizado. Al firmar un Acuerdo de Patrocinio Internacional, la Compañía le garantiza el derecho a patrocinar a nuevos Afiliados de Marca en un Mercado Autorizado que no sea su Mercado de Residencia.

El Acuerdo de Patrocinio Internacional no le garantiza el derecho a vender Productos en cualquier Mercado Autorizado que no sea su Mercado de Residencia.

3.4 CHINA CONTINENTAL

El modelo de negocio de la Compañía en China Continental es diferente al modelo de negocio usado en cualquier otro Mercado. China Continental no es un Mercado Autorizado y antes de conducir negocios ahí, deberá conocer y cumplir con todas las reglas y condiciones vigentes que ha impuesto la Compañía para operar en China Continental.

3.5 PROHIBICIÓN EXPRESA DE PRE-MERCADEO EN CIERTOS MERCADOS

La Compañía se reserva el derecho a designar ciertos Mercados donde todo pre-mercadeo llevado a cabo está expresamente prohibido. Es su responsabilidad, antes de cada caso de conducción de actividades de apertura de pre-mercadeo en un Mercado Cerrado, verificar a través de los contactos actuales con la Compañía que el Mercado en el que usted planea conducir dichas actividades no sea un Mercado prohibido.

3.6 RECURSOS

Además de otros recursos permitidos por el Acuerdo, si no cumple con cualquier disposición de la Sección 3 en este Capítulo 4, se le puede prohibir participar en el mercado internacional afectado por un periodo que estime apropiado la Compañía y puede estar sujeto a los recursos expuestos en el Capítulo 6. Esta prohibición podría incluir, aunque no está limitada a lo siguiente: restringir el derecho a patrocinar a nuevos Afiliados de Marca en el mercado internacional afectado; prohibir el pago de Bonos para usted y su línea ascendente sobre el volumen generado por su Equipo en el respectivo mercado internacional. En todos los mercados, en un periodo de hasta un año, no podrá ostentar privilegios que se proporcionan tradicionalmente a los Afiliados de Marca, tales como el reconocimiento en eventos corporativos o en folletos de la Compañía.

3.7 PETICIÓN DE PERMISO PARA PARTICIPAR

Si no ha sido capaz de participar en un mercado por el incumplimiento con la Sección 3 de este Capítulo 4, deberá pedir por escrito a la Compañía una autorización por escrito para participar en el mercado luego de que el periodo de prohibición haya pasado.

3.8 NO RENUNCIA

Las disposiciones de la Sección 3 de este Capítulo 4 no renuncian a los derechos de la Compañía que se exponen en alguna otra parte de estas Políticas y Procedimientos o en el Acuerdo.

Capítulo 5 Pactos Restrictivos

1 PROPIETARIO DE UNA RED

Usted tiene el conocimiento y acepta que: (i) la Red está protegida como un bien comercial, secreto y de marca registrada el cual es Propiedad de la Compañía; (ii) la Red ha sido desarrollada para el beneficio exclusivo de la Compañía y de los Afiliados de Marca para que promuevan las actividades comerciales autorizadas y los Productos de la Compañía a través de la Red; (iii) la protección de la Red es fundamental para el éxito continuo tanto de la Compañía como de sus Afiliado de Marca; y (iv) cualquier violación de sus obligaciones, según el Capítulo 5, causa un daño irreparable a la Red, a la Compañía y a los Afiliados de Marca asociados. De acuerdo a lo establecido anteriormente, usted acepta que la violación de sus obligaciones, según el Capítulo 5 de las Políticas y Procedimientos, tendrá como consecuencia una interrupción injustificada e irracional de la relación contractual entre la compañía, los Afiliados de Marca y Clientes, y causa un daño al interés competitivo comercial y a la integridad de la Compañía y de la Red.

2 PACTOSRESTRICTIVOS

21 NO RECLUTAMIENTO

- (a) Venta de Productos y Servicios de terceros. No podrá, de ninguna manera, directa o indirectamente, promover, comercializar o vender productos o servicios de otra Entidad Comercial o Individuo a la Red, a menos que tenga una relación comercial preexistente con ese Afiliado de Marca anterior al que usted sea Afiliado de Marca. Por ejemplo, si usted tiene un salón de belleza, y como Afiliado de Marca patrocina a uno de sus clientes que después se vuelve Afiliado de Marca, entonces podrá seguir vendiendo a su cliente sus servicios y productos para el cabello desde su salón. A pesar de lo anterior, no podrá ofrecer productos, servicios u oportunidades de negocio de terceros con la venta de Productos, o hacer paquetes de productos, servicios u oportunidades de negocio con Productos, u ofrecer o promover productos, servicios u oportunidades de negocio a terceros en reuniones, llamadas o cualquier otro evento relacionado con la Compañía o Afiliado de Marca, sin el previo consentimiento por escrito de la Compañía.
- (b) Reclutar para otra Compañía de Venta Directa. No podrá, de manera alguna, directa o indirectamente, reclutar, solicitar o patrocinar a cualquier Afiliado de Marca o cliente, para (i) formar una relación con, (ii) promover, vender o comprar productos o servicios de, (iii) participar como vendedor de, (iv) o asociarse de alguna otra manera con una Compañía de Venta Directa, o motivar a algún Afiliado de Marca o cliente para que lo haga o para que finalice su relación con la Compañía.
- (c) Subsistencia de Obligación. Sus obligaciones bajo este apartado subsisten por un periodo de dos años desde la fecha de su renuncia, finalización, transferencia u otro cambio en el estatus de propiedad de su Cuenta de Afiliado de Marca.
- (d) Medidas Precautorias. Además de otras indemnizaciones por daño compensatorias a la Compañía, el orden judicial de suspensión temporal o permanente es un recurso apropiado para prevenir daños futuros a la Red y a la Compañía.

22 EXCLUSIVIDAD

- (a) Usted sabe y está de acuerdo con que un Afiliado de Marca o Cuenta de Afiliado de Marca, o cualquier persona que tiene un Beneficio en la Cuenta de Afiliado de Marca (incluyendo cónyuge y concubino), que ha alcanzado el nivel de distinción de Director Ejecutivo de Marca o superior, está siendo compensada, reconocida públicamente y promovida por la Compañía como un Afiliado de Marca líder clave. Como Afiliado de Marca con un nivel de distinción Director Ejecutivo de Marca o superior, se espera que venda únicamente Productos de la Compañía, capacite a los Afiliados de Marca en su Equipo y promueva el negocio exclusivamente de la Compañía. Entonces, como condición para recibir la compensación divisoria en curso sobre los Niveles de Representante de Marca del 3 al 6 en su Equipo, y el reconocimiento como nivel Director Ejecutivo de Marca o un Afiliado de Marca líder más alto en eventos de la Compañía, no podrá estar involucrado en ninguna Actividad de Desarrollo Comercial para ninguna otra Compañía de Venta Directa.
- (b) Si se involucra en alguna Actividad de Desarrollo Comercial para alguna otra Compañía de Venta Directa mientras que es un Afiliado de Marca con el título de Director Ejecutivo de Marca o superior, por consiguiente su Cuenta de Afiliado de Marca, no será elegible para recibir cualquier Bono por Liderazgo en los niveles del 3 al 6 en su Equipo durante cualquier periodo en el que usted, cónyuge, concubino, o cualquier otra persona con Derecho de Usufructo en su Cuenta de Afiliado de Marca, (i) se involucre en una Actividad de Desarrollo Comercial o (ii) mantenga un Beneficio en alguna forma con respecto a dicha Compañía de Venta Directa sin importar el número de Representantes de Marca en su primer nivel u otra calificación para el pago en los niveles del 3 al 6.
- (c) Dentro de 5 días hábiles desde el primer compromiso en alguna Actividad de Desarrollo Comercial con alguna otra Compañía de Venta Directa, está de acuerdo en notificar a la Compañía que usted, su cónyuge, concubino o cualquier persona con un Beneficio en su Cuenta de Afiliado de Marca, está relacionado con tal Actividad de Desarrollo Comercial. Está de acuerdo además en que ante dicha Actividad de Desarrollo Comercial, no será elegible para recibir Bonos de Liderazgo en niveles de Representante de Marca del 3 al 6 como se expone en el párrafo precedente. Además, también está de acuerdo en que (i) será responsable por

rembolsar a la Compañía cualquier Bono de Liderazgo pagado durante cualquier periodo siguiente a su compromiso en cualquier Actividad de Desarrollo comercial, aunque proporcione o no el aviso a la Compañía como lo requiere este párrafo (c), y (ii) la Compañía tendrá el derecho a recuperar cualquier monto pagado como Bono mediante la compensación de dicha responsabilidad contra cualquier otro Bono del pasado, presente o futuro, que puede ser pagable bajo el Plan de Compensación de Ventas. El no notificar a la Compañía de su participación en alguna Actividad de Desarrollo Comercial para cualquier otra Compañía de Ventas Directas, será considerado una violación a estas Políticas y Procedimientos y puede resultar en otra acción tomada por la Compañía, incluyendo la rescisión de su Cuenta de Afiliado de Marca.

23 INFORMACIÓN CONFIDENCIAL

Como resultado de su posición como Afiliado de Marca, tiene acceso a Información Confidencial que usted reconoce que es altamente delicada, valiosa y propiedad de la Compañía, cuya información está disponible para usted sólo y exclusivamente con propósitos de fomentar la venta de Productos de la Compañía, y haciendo prospectos, capacitando y patrocinando a terceros que desean convertirse en Afiliado de Marca, y para construir y promover más adelante su negocio. Usted y la Compañía acuerdan y reconocen que, salvo por su acuerdo de confidencialidad y reserva absoluta, la Compañía no pondrá a su disposición información Confidencial. Durante un término del Acuerdo de Afiliado de Marca, y por un periodo de cuatro años posteriores a la finalización o expiración del Acuerdo de Afiliado de Marca, no podrá, por ninguna razón, en su favor o en favor de otra persona:

- Divulgar cualquier Información Confidencial relacionada o contenida en la Red a cualquier tercero directa o indirectamente;
- Divulgar, directa o indirectamente, la contraseña u otros códigos de acceso a la Red;
- Usar la Información Confidencial para competir con la Compañía, o para cualquier otro propósito que no sea sino el de promover la Compañía;
- Solicitar a cualquier Afiliado de Marca o cliente de la Compañía o de la Red, o de alguna manera, tratar de influenciar o inducir a algún Afiliado de Marca o cliente de la Compañía, a alterar su relación comercial con la Compañía;
- Usar o revelar a cualquier Persona cualquier Información Confidencial relacionada o contenida en la Red que fue obtenida mientras que su Acuerdo de Afiliado de Marca estaba vigente; o
- Reclutar o intentar reclutar a un Afiliado de Marca existente para otra Compañía de Venta Directa.
- Ante la no renovación, dimisión o finalización de su Acuerdo de Afiliado de Marca, destruirá prontamente o regresará a la Compañía toda la Información Confidencial. Las obligaciones de esta Sección 2.3 subsistirán a la finalización o expiración del Acuerdo de Afiliado de Marca.

24 CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN DE LA CUENTA DE AFILIADO DE MARCA

Como resultado de su posición como Afiliado de Marca, se le puede dar acceso, bajo criterio de la Compañía, a información acerca de otras Cuentas de Afiliado de Marca y su Equipo con el único propósito de permitirle dar apoyo comercial a estas Cuentas de Afiliado de Marca y a su Equipo. Esta información es altamente confidencial y no puede revelar información acerca de las Cuentas de Afiliado de Marca y su Equipo a otros Afiliados de Marca o a algún tercero. Al acceder a dicha información, está de acuerdo expresamente con estas restricciones y reconoce que, si no es por su acuerdo de confidencialidad y no revelación, la Compañía no pondrá a su disposición información acerca de otras Cuentas de Afiliado de Marca y su Equipo.

25 ACUERDO DE BUENAVOLUNTAD

En consideración al reconocimiento de la Compañía, Bonos y otras compensaciones que recibe como Afiliado de Marca, no desacreditará a la Compañía o a cualquier otra Compañía o persona, incluyendo, pero no limitado a otros Afiliados de Marca, los Productos de la Compañía, el Plan de Compensación de Ventas, las Políticas y Procedimientos o empleados de la Compañía. La desacreditación puede resultar en la finalización de su Cuenta de Afiliado de Marca.

26 RECURSOS

Usted reconoce que la Compañía sufrirá un daño irreparable como resultado de una revelación o uso no autorizado de Información Confidencial, incluyendo la Red, o reclutando Afiliados de Marca actuales para otra Compañía de Venta Directa en violación de la Sección 1.1 de este Capítulo 5 y que el pago de los daños económicos es insuficiente para compensar a la Compañía por dicho daño. Por lo tanto, si usted está en incumplimiento de los requisitos de este Capítulo 5, obtendrá una suspensión u orden temporal de restricción sin previo aviso para usted por parte de la Compañía, restringiendo cualquier revelación no autorizada de Información Confidencial, pudiendo agregar a este recurso otros recursos legales disponibles, incluyendo el pago de los daños sufridos. En cualquiera de las acciones anteriores, si la Compañía se obtiene una sentencia o resolución favorable, usted está de acuerdo en que pagará a la Compañía por sus costos y honorarios razonables de abogados incurridos que estén relacionados con la toma de la acción legal necesaria. Como la Compañía, usted renuncia a todos los requisitos de otorgar fianza, aplicables de cualquier manera a una suspensión u orden de restricción.

27 APLICABILIDAD

En el caso de que cualquier disposición de este Capítulo 5 fuera juzgada o considerada por un tribunal de jurisdicción competente o un árbitro con la competencia debida que sobrepasa las limitaciones permitidas bajo la ley vigente, entonces las disposiciones restantes aun así serán válidas y ejecutadas al máximo alcance permitido, según lo determine dicho tribunal o árbitro; y dichas disposiciones serán reformadas a los límites máximos permitidos, según lo determine el tribunal o árbitro. El resto de las prohibiciones y protecciones en este Capítulo 5 permanecerán aplicables en plena vigencia y para todos sus efectos.

Capítulo 6 Aplicación de Acuerdo

1 EL ACUERDO

Está de acuerdo en que la relación entre usted y la Compañía está basada enteramente en el Acuerdo escrito. El Acuerdo puede ser modificado por la Compañía, según se establece en estas Políticas y Procedimientos. Usted no podrá modificar el Acuerdo, a menos que la modificación esté por escrito y firmada por usted y por la Compañía. Ni usted ni la Compañía pueden reclamar que el Acuerdo (i) haya sido alterado o modificado por alguna práctica o negociación o procedimiento, (ii) haya sido modificado verbalmente por un funcionario o empleado de la Compañía, o (iii) que haya un Acuerdo semioficial o un Acuerdo tácito de hecho entre usted y la Compañía.

2 ACTOS DE LOS PARTICIPANTES EN UNA CUENTA DE AFILIADO DE MARCA

Los actos de cualquier Participante, cónyuge, compañero o agente de un Afiliado de Marca serán considerados como actos de la Cuenta de Afiliado de Marca y estarán sujetos a los términos y condiciones del Acuerdo.

3 PROCEDIMIENTOS PARA LA INVESTIGACIÓN, DISCIPLINA Y FINALIZACIÓN

3.1 REPORTES DE PRESUNTAS VIOLACIONES

Todos los reportes de violaciones deben estar por escrito y ser enviados a la atención del Comité de Revisión de Conducta (CRC) de la Compañía por quien tenga conocimiento personal de la presunta violación. La Compañía también puede investigar una presunta violación de la que esté enterada por medio de sus propios recursos independientes o investigaciones internas. La Compañía puede tomar acciones sobre sus investigaciones internas en cualquier momento y no está sujeta a los límites de tiempo expuestos en la Sección 3.2 de este Capítulo 6.

3.2 TIEMPO LÍMITE PARA LOS REPORTES DE VIOLACIONES

PARA PREVENIR QUE DEMANDAS ANTIGUAS INTERRUMPAN LAS ACTIVIDADES COMERCIALES DE LAS CUENTAS DE AFILIADO DE MARCA Y DE LA COMPAÑÍA, ÉSTA NO TOMARÁ ACCIONES SOBRE CUALQUIER PRESUNTA VIOLACIÓN DE LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES DEL ACUERDO QUE NO SEAN PRESENTADAS POR ESCRITO A LA COMPAÑÍA ANTE EL CRC, DENTRO DE LOS DOS AÑOS SIGUIENTES A LA PRIMERA INCIDENCIA DE LA PRESUNTA VIOLACIÓN. LAS PRESUNTAS VIOLACIONES SERÁN LLAMADAS “CONTROVERSIAS” COMO SE DEFINE MÁS AMPLIAMENTE EN EL GLOSARIO DE TÉRMINOS DEFINIDOS EN EL APÉNDICE A.

3.3 BALANCE DE DERECHOS DE PRIVACIDAD

Los procedimientos de investigación de la Compañía y el proceso de resolución de Controversias pretenden balancear sus derechos a la privacidad y los derechos de otros Afiliados de Marca y de la Compañía. Por lo tanto, hasta que la Controversia haya sido presentada ante el arbitraje, toda la información y evidencia recibida por la Compañía será revelada únicamente a usted y otros Afiliados de Marca involucrados en la Controversia según lo considere necesario la Compañía. Antes de hacer pública cualquier información, la Compañía considerará (i) la complejidad de la Controversia; (ii) el deber para balancear los derechos a la privacidad y obligaciones de revelación. Si la Controversia se refiere al arbitraje, toda la información y evidencia se hará disponible de acuerdo con las reglas y procedimientos del arbitraje de Controversias descritos en el Capítulo 7.

3.4 PROCEDIMIENTO

Sus derechos en el Acuerdo dependen de que cumpla con todas sus obligaciones estipuladas en el mismo. Si la Compañía determina que ha incumplido con los términos del Acuerdo, entonces, basada en la naturaleza de la Controversia y según su propio criterio, puede proceder de la siguiente manera: (i) finalizar inmediatamente su Cuenta de Afiliado de Marca o tomar cualquier otra acción apropiada según se dispone en la Sección 3.7 de este Capítulo 6; (ii) proceder directamente al arbitraje, de acuerdo con el Capítulo 7, o (iii) procesar la presunta Controversia de acuerdo con los siguientes procedimientos:

- (a) Aviso por escrito. Recibirá un aviso por escrito de la Compañía de que está o puede estar violando el Acuerdo.
- (b) Respuestas y Prohibiciones de la Compañía. Tendrá 10 días hábiles, a partir de la fecha de recibir su aviso por escrito, durante los cuales deberá presentar por escrito toda la información que considere relevante para la presunta Controversia. Debe dar información acerca de individuos que tengan información relevante, junto con sus nombres y direcciones, otra información apropiada de contacto, y copias de todos los documentos relevantes. Si no responde al aviso por escrito o no proporciona todos los hechos e información relevante, la Compañía puede tomar las acciones que considere apropiadas. La Compañía tiene el derecho a prohibir las actividades de su Cuenta de Afiliado de Marca (la realización de pedidos de Productos, patrocinio, recepción de Bonos, etc.) desde el momento en que envíe a usted el aviso por escrito, hasta que se tome una decisión final.

- (c) CRC. La Compañía revisará cualquier información presentada por usted durante el periodo de 10 días o por fuentes fidedignas, y cualquier información que la Compañía haya descubierto de manera independiente. El CRC tomará una decisión final con respecto a la Controversia y la acción que tomará la Compañía, si hubiese alguna, y le enviará una copia de la decisión del CRC. La Compañía puede, según su propio criterio, enviar una copia de la decisión del CRC a las otras partes interesadas.

35 COMITÉ DE APELACIONES DE CUMPLIMIENTO (CAC, por sus siglas en inglés)

Si la Compañía toma una acción inmediata según se dispone en la Sección 3.7 de este Capítulo 6, o el CRC ha emitido una decisión con respecto a la Controversia, entonces tendrá 10 días hábiles desde la fecha del aviso por escrito para presentar por escrito su apelación ante el CAC. Su apelación por escrito debe incluir una descripción de su objeción a la acción inmediata de la Compañía o a la decisión del CRC. Durante un periodo de 90 días desde la recepción de su apelación por escrito, el CAC la revisará y dará un aviso por escrito (i) de su decisión final, (ii) de que su revisión tomará más tiempo, o (iii) de que el problema debería proceder directamente al arbitraje según el Capítulo 7. Si el CAC ha decidido que el conflicto debería pasar directamente al arbitraje, y usted no desea participar en este, entonces seguirá sujeto a la decisión del arbitraje. Cuando el CAC haya tomado una decisión final, le enviará un aviso por escrito y tendrá 60 días a partir de la fecha de la decisión del CAC para solicitar al arbitraje sobre la decisión del CAC.

36 ACCIONES DE LA COMPAÑÍA POR INCUMPLIMIENTO DE ACUERDO

Una vez que la decisión final ha sido hecha con respecto a la Controversia, la Compañía puede, según su propio criterio, finalizar su Acuerdo o tomar cualquier otra acción que considere apropiada, incluyendo cualquiera de las siguientes:

- (a) Notificarle por escrito acerca de las preocupaciones de la Compañía y de la intención de la misma de terminar sus derechos en el Acuerdo si su incumplimiento continúa;
- (b) Suspender sus derechos en el Acuerdo;
- (c) Monitorear su desempeño futuro durante un periodo específico de tiempo;
- (d) Identificar acciones específicas que deberá tomar para corregir su incumplimiento y solicitarle que proporcione una descripción por escrito a la Compañía acerca de lo que pretende hacer para cumplir con sus obligaciones contractuales;
- (e) Dejar de cumplir con las obligaciones de la Compañía según el Acuerdo y suspender sus privilegios por Acuerdo, incluyendo sin limitación, finalizar o suspender su derecho a recibir recompensas, a ser reconocido en eventos de la Compañía o en medios corporativos (publicaciones, videos, etc.), finalizar su derecho a participar en eventos patrocinados por la Compañía o por un Afiliado de Marca, finalizar su derecho a hacer pedidos de Productos de la Compañía, finalizar su derecho a recibir promociones dentro del Plan de Compensación de Ventas o terminar su derecho a participar como Patrocinador Internacional; reducir su nivel de distinción y finalizar su derecho a recibir Bonos sobre volúmenes en uno o más niveles de su Equipo; finalizar su estatus o elegibilidad para ser reconocido y compensado como “Líder de ventas” bajo el Plan de Compensación de Ventas;
- (f) Reducir el pago de toda o cualquier parte de sus Bonos que haya ganado por ventas hechas por usted o por toda o por alguna parte de su Equipo;
- (g) Reasignar todo o parte de su Equipo a un patrocinador diferente;
- (h) Recobrar daños causados por el incumplimiento de su Cuenta de Afiliado de Marca;
- (i) Tomar cualquier acción que la compañía considere apropiada para proteger la compañía y la red; y
- (j) Buscar una suspensión u orden de restricción o algún otro recurso disponible por ley;

37 ACCIÓN INMEDIATA

Si la Compañía determina, según su propio criterio, que una Controversia requiere acción inmediata o la Compañía le ha notificado previamente que tomará acción inmediata por violaciones o acciones similares a aquellos descritos en dicha notificación, entonces la Compañía puede tomar cualquier acción inmediata o recurso que considere apropiado, incluyendo la finalización de su Cuenta de Afiliado de Marca, o su derecho a recibir Bonos. La Compañía le dará un aviso por escrito de su acción. Tendrá 20 días hábiles para apelar la acción de la Compañía según se dispone en este Capítulo 6.

38 RECURSOS

La Compañía se reserva el derecho, según su propio criterio, a ejercer cualquier recurso disponible para ello. Cualquier falla o retraso de la Compañía en el ejercicio de dichos recursos no se considerará como renuncia a estos.

39 FINALIZACIÓN DE SU ACUERDO

- (a) Sujeto a las condiciones de esta Sección 3.9 del Capítulo 6, (i) podrá finalizar su Cuenta de Afiliado de Marca en cualquier momento enviando un aviso de finalización por escrito a la Compañía; (ii) la Compañía podrá terminar su Cuenta de Afiliado de Marca como es previsto en este Capítulo 6, y (iii) la Compañía terminará su cuenta de Afiliado de Marca al no presentar Actividad de Negocio por un periodo de 12 meses consecutivos.
- (b) Si usted determina terminar su Cuenta de Afiliado de Marca, en consiguiente la terminación tiene vigencia: (i) la fecha en que la Compañía recibe su notificación de terminación por escrito, o (ii) la fecha especificada en su notificación por escrito.
- (c) La terminación de su contrato resulta en la pérdida de todos los beneficios como un Afiliado de Marca, incluyendo la pérdida

- (d) de Equipo. Después de que su Cuenta de Afiliado de Marca haya terminado, sin importar si fue terminado por usted o por la Compañía, probablemente usted quiera aplicar para ser un Afiliado de Marca de nuevo al presentar a la Compañía un nuevo Acuerdo del Afiliado de Marca. El Requisito que usted debe presentar para obtener un Nuevo Acuerdo de Afiliado de Marca es obligatorio sin importar si usted está aplicando para ser un Afiliado de Marca bajo el mismo Patrocinador que tenía antes o un nuevo Patrocinador,
- (e) Al término de cualquier Cuenta de Afiliado de Marca sin importar la razón, si existe cualquier investigación pendiente, y/o cualquier asunto legal de la Cuenta de Afiliado de Marca que no haya sido resuelto, la cual incluya la presunta infracción o la infracción actual del Acuerdo, es entonces cuando el Equipo no podrá tener ningún movimiento organizacional hasta que toda la investigación y/o los asuntos legales se hayan resuelto por la Compañía además de que todas las penalidades hayan sido cubiertas satisfactoriamente.
- (f) Las obligaciones del Acuerdo descritas en el Capítulo 5 subsistirán a la cancelación, finalización o expiración del Acuerdo. Cualquier otra disposición, o parte de ella, que, por su naturaleza, deba subsistir a la cancelación, finalización o expiración también subsistirán.

Capítulo 7 ARBITRAJE

1 QUÉ ES UN ARBITRAJE OBLIGATORIO

Para poder expedir una resolución para todas las Controversias, la Compañía ha instituido un procedimiento de arbitraje obligatorio. El arbitraje es la remisión de una Controversia a un tercero imparcial seleccionado por usted, la Compañía y otros Afiliados de Marca involucrados en la Controversia. Un mediador actúa como juez, escucha las pruebas de las partes y da una decisión obligatoria. La decisión del mediador es un juicio que se puede hacer cumplir en un tribunal judicial. El objetivo del arbitraje es la resolución final de las diferencias de las partes de una manera más rápida, menos cara y tal vez menos formal, de la que normalmente está disponible en los procedimientos de los tribunales.

2 EL ARBITRAJE ES OBLIGATORIO PARA TODAS LAS CONTROVERSIAS

USTED Y LA COMPAÑÍA ACUERDAN QUE EL ARBITRAJE OBLIGATORIO Y EJECUTADO CON AUTORIDAD LEGAL ES EL ÚNICO MEDIO PARA RESOLVER CUALQUIERA Y TODAS LAS CONTROVERSIAS. USTED RENUNCIA A JUICIOS EN TRIBUNALES PARA RESOLVER UNA CONTROVERSIA. EL ARBITRAJE ES FINAL Y LA DECISIÓN NO PUEDE SER APELADA. EL ESTADO DE UTAH SERÁ LA ÚNICA COMPETENCIA PARA EL ARBITRAJE DE TODAS LAS CONTROVERSIAS.

3 DEFINICIÓN DE UNA CONTROVERSIA

Una "Controversia" significa " CUALQUIER RECLAMACIÓN, DISCUSIÓN, CAUSA DE ACCIÓN, QUEJA PASADA, PRESENTE O FUTURA, YA SEA QUE ESTÉ BASADA EN EL ACUERDO, LA RESPONSABILIDAD EXTRA CONTRACTUAL, ESTATUTO, LEY, RESPONSABILIDAD CIVIL DE PRODUCTOS, EQUIDAD O CUALQUIER OTRA CAUSA DE ACCIÓN, (I) ORIGINARIA O RELACIONADA CON ESTE ACUERDO, (II) ENTRE USTED Y OTROS AFILIADOS DE MARCA ORIGINARIA O RELACIONADA CON UNA CUENTA DE AFILIADO DE MARCA, O SUS RELACIONES COMERCIALES COMO CONTRATISTA INDEPENDIENTE DE LA COMPAÑÍA, (III) ENTRE USTED Y LA COMPAÑÍA, (IV) RELACIONADA CON LA COMPAÑÍA O SUS ENTIDADES FILIALES, PROPIETARIOS, DIRECTORES, FUNCIONARIOS, EMPLEADOS, INVERSIONISTAS O VENDEDORES PASADOS O PRESENTES (V) RELACIONADA CON LOS PRODUCTOS, (VI) RELACIONADA CON LA RESOLUCIÓN DE LA COMPAÑÍA ANTE CUALQUIER OTRO ASUNTO QUE IMPACTE SU CUENTA DE AFILIADO DE MARCA, O QUE SEA ORIGINARIA O QUE ESTÉ RELACIONADA CON EL NEGOCIO DE LA COMPAÑÍA, INCLUYENDO SU DESACUERDO CON LAS ACCIONES DISCIPLINARIAS O INTERPRETACIÓN DEL ACUERDO DE LA COMPAÑÍA."

4 MEDIACIÓN

La mediación es un proceso donde un tercero neutral intenta resolver una Controversia entre las partes contendientes. El objetivo del mediador es incrementar la comprensión mutua de las partes en la Controversia y persuadirlos para ajustar sus posiciones con respecto a cada uno y si es posible reconciliar la Controversia. Si todas las partes que participan en el procedimiento del CRC acceden a la mediación, entonces la Compañía les facilitará la mediación que será llevada a cabo en la Ciudad de Salt Lake, Utah en las oficinas del asesor externo de la Compañía. La mediación será llevada a cabo en el idioma inglés. Todas las cuotas y costos de la mediación serán cubiertos en partes iguales por las partes en mediación. En caso de que alguna de las partes no acceda a la mediación, entonces la Controversia será presentada a arbitraje como se estipula en este Capítulo 7.

5 SOLICITUD DE ARBITRAJE

Para mayor referencia, todas las partes que participen en el procedimiento del CAC, y que participarán en el arbitraje, incluyendo a la Compañía, podrán ser referidos como "Participantes" en este Capítulo 7. Dentro de los 60 días siguientes a la fecha de la decisión del CAC, cualquier Participante que no esté satisfecho con la decisión del CRC, notificará por escrito a todos los otros Participantes en el proceso del CAC, la solicitud del Participante de llevar la Controversia a arbitraje ante un tercero neutral ("Petición de Mediador"). El no presentar una Petición de Arbitraje oportuna constituirá la aceptación de la decisión del CAC y el Participante acepta acatar los términos de la decisión. Dentro de un periodo de tiempo razonable luego de recibir la Petición de Arbitraje, la Compañía, a través de su asesor legal, contactará a los Participantes con respecto a la fecha del arbitraje y dará una lista de posibles mediadores.

6 PROCEDIMIENTO DE ARBITRAJE

6.1 REGLAS DEL ARBITRAJE; UBICACIÓN

El arbitraje se llevará a cabo por un mediador profesional que haya sido acordado por los Participantes. El arbitraje será llevado a cabo de

acuerdo con el Acta de Arbitraje Uniforme del Estado de Utah. El arbitraje se celebrará en la Ciudad de Salt Lake, Utah en las oficinas del asesor externo de la Compañía.

6.2 DESCUBRIMIENTO

El mediador tendrá el criterio de ordenar un intercambio de información previo al arbitraje por los Participantes, incluyendo, pero no limitado a, producción de documentos solicitados, intercambio de resúmenes de testimonios de los testigos propuestos, y las declaraciones de los testigos y los Participantes. Además, sujeto a la aprobación del mediador seleccionado, los Participantes pueden presentar un escrito previo al arbitraje exponiendo las causas legales de la acción y los antecedentes.

6.3 FECHA DEL ARBITRAJE

A menos que los Participantes acuerden en aplazar la fecha del arbitraje, esta tendrá lugar en un lapso no mayor a seis meses luego de la fecha de Solicitud de Arbitraje.

6.4 IDIOMA

El arbitraje se llevará a cabo en inglés, pero a solicitud y expensas del Participante que lo solicita, los documentos y testimonios serán traducidos al idioma de preferencia del Participante solicitante.

6.5 PROCESOS JUDICIALES COLECTIVOS PROHIBIDOS

Ninguna Controversia será adjudicada, en arbitraje o cualquier otro proceso judicial, como demanda colectiva.

6.6 ASISTENTES PERMITIDOS

Cada Participante en el arbitraje está limitado a la asistencia del Participante, aquellos individuos que aparecen en el Acuerdo de Afiliado de Marca del Participante, y no más de dos abogados por Participante.

6.7 HONORARIOS Y GASTOS DE ARBITRAJE

Todos los honorarios y gastos del mediador serán cubiertos en partes iguales por los Participantes del arbitraje.

6.8 RESOLUCIÓN DEL ARBITRAJE

- (a) El arbitraje será final y obligatoria. El laudo será una resolución plena para todas las Afirmaciones y controversias entre los Participantes del arbitraje. El juicio tras la resolución del arbitraje entregada por el mediador puede celebrarse en cualquier tribunal dentro del estado de Utah. Todos los Afiliados de Marca de Línea Ascendente y los Equipos de los Participantes estarán obligados por la resolución final del arbitraje.
- (b) Cual laudo hecho por el mediador estará por escrito y basado en la aplicación de estrictas reglas legales a los hechos presentados ante el mediador. El mediador está autorizado para otorgar a un Participante cualquier suma que considere apropiada por el tiempo, gastos y problema del arbitraje, incluyendo cuotas de arbitraje y honorarios de abogados. Sin embargo, no se permitirá el pago de daños en ninguna Controversia. NINGÚN PARTICIPANTE NI LA COMPAÑÍA, NI ALGUNA DE LAS ENTIDADES, FUNCIONARIOS, DIRECTORES, EMPLEADOS, INVERSIONISTAS O VENDEDORES RELACIONADOS CON LA COMPAÑÍA TENDRÁN ALGUNA RESPONSABILIDAD CIVIL POR ALGÚN DAÑO, INCIDENTAL, CONSECUENCIAL ESPECIAL O INDIRECTO, INCLUYENDO LA PÉRDIDA DE INGRESOS FUTUROS, O PÉRDIDA DE LA REPUTACIÓN DEL NEGOCIO O LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO RELACIONADA CON EL INCUMPLIMIENTO O EL PRESUNTO INCUMPLIMIENTO DEL ACUERDO O POR CUALQUIER ACTO, OMISIÓN U OTRA CONDUCTA PROVENIENTE DEL ESTATUS DEL PARTICIPANTE COMO UN CONTRATISTA INDEPENDIENTE Y AFILIADO DE MARCA DE PRODUCTOS DE LA COMPAÑÍA.

6.9 CONFIDENCIALIDAD

Todos los procedimientos de arbitraje serán a puerta cerrada y confidenciales. A excepción de que la ley o la Compañía soliciten el uso de un laudo de arbitraje como precedente para decidir controversias futuras, ni el Participante ni el mediador pueden revelar la existencia, contenido o resultados de cualquier arbitraje sin el previo consentimiento por escrito de todos los Participantes.

6.10 EJECUTABILIDAD DEL LAUDO; SUSPENSIÓN U ORDEN DE RESTRICCIÓN

No obstante a esta política de arbitraje, cualquier Participante puede presentarse a una corte con jurisdicción en el estado de Utah en EEUU, o en cualquier otra jurisdicción si es necesario (i) para hacer cumplir las medidas cautelares del mediador, o (ii) buscar una orden de suspensión temporal o mandato preliminar antes, durante la sustanciación, o después de la decisión en algún procedimiento del arbitraje. La institución de cualquier juicio en un tribunal para un recurso conforme a la Equidad, o para hacer cumplir un laudo u orden del arbitraje, no se considerará una renuncia de la obligación de cualquier Participante de presentar una Controversia a arbitraje.

6.11 SUBSISTENCIA

Su acuerdo de arbitraje subsistirá a cualquier finalización o expiración de Acuerdo, o cualquier otro acuerdo entre usted y la Compañía.

7 RECLAMACIONES DE TERCEROS

Para proteger a la Compañía, sus recursos y su reputación de Afirmaciones o controversias generadas por terceros externos (no Afiliado de Marca), la Compañía requiere lo siguiente: Si un Afiliado de Marca es acusado de alguna violación a algún derecho de propiedad de cualquier tercero externo (que no es un Afiliado de Marca) proveniente de alguno de los recursos pertenecientes a la Compañía, o si el Afiliado de Marca se vuelve sujeto de alguna reclamación o demanda relacionada con la conducta con respecto al negocio de ese Afiliado de Marca u otra acción que afecte negativamente directa o indirectamente o que ponga en riesgo a la Compañía, su reputación o cualquiera de sus recursos tangibles o intangibles, el Afiliado de Marca afectado deberá notificar inmediatamente a la Compañía. La Compañía puede, bajo su propia responsabilidad y ante un aviso razonable, tomar cualquier acción que considere necesaria (incluyendo, mas no limitando a, controlar cualquier litigio o discusión de convenios relacionados a esto) para protegerse a sí misma, a su reputación y a su propiedad tangible o intangible. El Afiliado de Marca no tomará acción alguna relacionada con esa reclamación o demanda, a menos que la Compañía lo consienta, y ese consentimiento no será negado sin razón.

Capítulo 8 Términos Generales

1 TÉRMINOS GENERALES

1.1 MODIFICACIONES DEL ACUERDO

La Compañía se reserva expresamente el derecho a hacer modificaciones al Acuerdo mediante un aviso previo de 30 días publicado en los sitios web y en canales normales de comunicación de la Compañía con los Afiliados de Marca, o como se estipula en la Sección 1.6 de este Capítulo 8. Usted acepta que 30 días después de este anuncio, cualquier modificación entra en vigor y es incorporada automáticamente al Acuerdo entre usted y la Compañía como una disposición efectiva y obligatoria. Al continuar actuando como Afiliado de Marca, involucrarse en una Actividad Comercial, o aceptar cualquier Bono luego de que las modificaciones hayan entrado en vigor, admite la aceptación de los nuevos términos del Acuerdo.

1.2 RENUNCIAS Y EXCEPCIONES

La Compañía se reserva el derecho, bajo su propio criterio, a renunciar a cualquier acción en contra de algún incumplimiento, o a hacer alguna excepción a cualquier disposición del Acuerdo. Cualquier renuncia de la Compañía a cualquier acción en contra de un incumplimiento de alguna disposición del Acuerdo, o cualquier excepción hecha por la Compañía a alguna disposición del Acuerdo debe estar hecha por escrito y no será interpretada como renuncia a acciones en contra de incumplimientos subsecuentes o adicionales o como excepción para cualquier otra persona. Cualquier derecho o prerrogativa de la Compañía conforme al Acuerdo puede ser ejercido según el criterio de la Compañía. Cualquier excepción hecha por la Compañía, o cualquier omisión o retraso de la Compañía al ejercer algún derecho o prerrogativa conforme al Acuerdo no funcionará como excepción futura o renuncia de ese derecho o prerrogativa.

1.3 ACUERDO INTEGRADO

El Acuerdo es la expresión final de la comprensión y acuerdo entre usted y la Compañía de todos los temas estipulados en el Acuerdo y substituye todos los acuerdos previos y contemporáneos de comprensión (tanto oral como escrito) entre las partes. El Acuerdo invalida todas las notas, memorándums, demostraciones, discusiones y descripciones previas relacionadas con el contenido del Acuerdo. El Acuerdo no puede ser alterado o modificado excepto como se contempla en estas Políticas y Procedimientos. La existencia del Acuerdo no puede contradecirse mediante prueba de algún presunto acuerdo previo o contemporáneo oral o escrito.

Si existiera una discrepancia entre los términos del Acuerdo y las declaraciones verbales que le fueron hechas por un empleado de la Compañía u otro Afiliado de Marca, prevalecerán los términos y requisitos escritos en el Acuerdo.

1.4 DIVISIBILIDAD

Cualquier disposición del Acuerdo que esté prohibida, invalidada judicialmente o que se haya vuelto inejecutable en alguna competencia, es inefectiva sólo en el alcance de la prohibición, invalidación o inejecución en esa competencia y sólo dentro de esa competencia. Cualquier disposición del Acuerdo que esté prohibida, invalidada judicialmente o que se haya vuelto inejecutable, no invalidará o volverá inejecutable alguna otra disposición del Acuerdo, ni volverá a esa disposición inválida o inejecutable en alguna otra competencia.

1.5 LEY VIGENTE /COMPETENCIA

Utah será la única competencia para arbitraje o cualquier otra resolución de Controversias. El lugar de origen del Acuerdo es el Estado de Utah, EE.UU., y el Acuerdo estará regido e interpretado según las leyes de ese estado, sin afectar sus reglas con respecto a la elección de leyes. La sede exclusiva para alguna y todas las Controversias, incluyendo la validez de las disposiciones con respecto al arbitraje, lugar de celebración y competencia, será el Condado de Salt Lake, Utah. Usted se somete a la jurisdicción personal de cualquier tribunal dentro del Estado de Utah y renuncia a cualquier excepción por una competencia improcedente.

1.6 AVISOS

A menos que lo disponga de manera diferente en el Acuerdo, cualquier aviso u otra comunicación solicitada o permitida dada según el Acuerdo, debe estar por escrito y ser entregada personalmente, enviada por fax o enviada por correo de primera clase, certificado (o registrado) o express, con porte prepago. A menos que lo disponga de manera diferente el Acuerdo, los avisos se considerarán entregados cuando sean entregados personalmente, o si son enviados por fax, un día después de la fecha de ese fax, o si son enviados por correo, cinco días después de la fecha del envío a la dirección de las oficinas centrales de la Compañía en 75 West Center Street, Provo, Utah, o a la dirección del Afiliado de Marca tal y como aparece en el Acuerdo de Afiliado de Marca, a menos que se haya recibido un aviso de cambio de dirección por la Compañía.

1.7 SUCESORES Y DEMANDAS

El Acuerdo será obligatorio y vinculante en beneficio de las partes del presente y sus respectivos sucesores, y cesionarios.

1.8 ENCABEZADOS

Los Encabezados en el Acuerdo están sólo como referencia y no limitarán ni afectarán de manera alguna cualquiera de los términos y disposiciones del Acuerdo.

1.9 REFERENCIAS INTERNAS

Todas las referencias a Secciones o Capítulos aquí expresadas se refieren a las Secciones o Capítulos de estas Políticas y Procedimientos, a menos que se indique de otra forma.

1.10 PLURALIDAD Y GÉNERO

Todas las palabras estarán consideradas para incluir el plural, así como el singular e incluir a todos los géneros.

1.11 TRADUCCIONES

En el caso de que existan discrepancias entre la versión en inglés del Acuerdo y cualquier traducción del mismo, la versión en inglés será la que prevalezca.

Apéndice A - Glosario de Términos Definidos

Material Publicitario

Cualquier presentación electrónica, impresa y oral, o material usado para ofrecer o vender Productos, reclutar posibles Afiliados de Marca o capacitar Afiliados de Marca, que hagan referencia a la Compañía, los Productos, el Plan de Compensación de Ventas, las marcas o los logotipos registrados, y puede incluir Material Publicitario Personalizado.

País Autorizado

Cualquier país designado en la escritura por la empresa como oficialmente abierto para el negocio de marca todos los Afiliados de Marca.

Interés Beneficiario

En cuanto a la cuenta de Afiliado de Marca:

Cualquier interés, directo o indirecto, incluyendo, entre otros, a cualquier interés de dominio, derecho para ofrecer, o beneficios financieros futuros o de cualquier otro tipo; derecho para asistir a viajes y otros eventos patrocinados por la Compañía; derecho a comprar Productos a precio de mayoreo y reconocimiento de cualquier tipo o algún otro beneficio tangible o intangible asociado con una Cuenta de Afiliado de Marca. Un individuo tiene Derecho de Usufructo en la Cuenta de Afiliado de Marca al ser cónyuge o concubino.

Si una Persona es o debe ser enlistada en el Formato de Entidad Comercial de una Entidad Comercial, se considera que tiene Derecho de Usufructo en dicha Cuenta de Afiliado de Marca de la Entidad Comercial. Cualquier individuo con un Derecho de Usufructo en una Entidad Comercial estará considerado para tener un Derecho de Usufructo en la Cuenta de Afiliado de Marca.

Compañía de Venta Directa:

Cualquier interés, generado directa o indirectamente, está incluido, pero no estará limitando los intereses del propietario, los derechos a beneficios presentes o futuros, financieros o de otra manera, los derechos para participar en viajes que la Compañía de Ventas Directas organiza y otros eventos los derechos para comprar productos de una Compañía de Ventas Directas a precios de mayoreo, reconocimiento de cualquier tipo de beneficio tangible o intangible relacionados con la distribución de un Compañía de Ventas Directas. Los individuos tienen Derecho de Usufructo en la distribución de la Compañía de Ventas Directas de (i) cónyuge o concubino (ii) de una Entidad de Negocio siempre y cuando el Individuo tenga Derecho de Usufructo en la Entidad comercial. web, Servicios y Materiales de Apoyo Comercial, cursos de capacitación, eventos de reconocimiento, prospectos u otras herramientas de promoción de negocios a un grupo específico de afiliado de marca es afiliados.

Sitio de Mercadeo en Internet de Director Diamante Azul

Un sitio de Internet que es (i) propiedad de, operado por, o que contiene material provisto por un Afiliado de Marca, cuyo nivel de distinción actual es de Director Diamante Azul o superior, y (ii) que está registrado apropiadamente ante la Compañía y está sujeto a un Aviso de Registro vigente.

Bono

Compensación pagada por la Compañía a un Afiliado de Marca basada en el volumen de Productos vendidos por el Afiliado de Marca y su Equipo luego de cumplir con los requisitos establecidos en el Plan de Compensación de Ventas. Los periodos de pago de Bonos están calculados como se establece en el Plan de Compensación de Ventas.

Afiliado de Marca

Un contratista independiente autorizado por la Compañía de conformidad con el Acuerdo para la compra y venta minorista de Productos, reclutar otros Afiliados de Marca y recibir Bonos de acuerdo con los requisitos del Plan de Compensación de Ventas. Una relación del Afiliado de Marca con la Compañía está regulada por el Acuerdo.

Cuenta de Afiliado de Marca

La cuenta del Afiliado de Marca creada cuando un individuo o Entidad Comercial celebran una relación contractual con la Compañía.

Acuerdo de Afiliado de Marca

El acuerdo y la solicitud del Afiliado de Marca y, en su caso, el Formato de Entidad Comercial, que puede completarse y presentarse a la Compañía con el fin de aplicar para convertirse en Afiliado de Marca.

Organización del Afiliado de Marca

Cualquier organización establecida por un afiliado de marca que ofrezca soporte de ventas, material de motivación o capacitación, suscripciones a sitios web, materiales y servicios de soporte comercial, cursos de capacitación, eventos de reconocimiento, clientes potenciales u otras herramientas de promoción empresarial a un grupo específico de distribuidores afiliados.

Representante de Marca

Un Afiliado de Marca que completó el proceso de Calificación formal descrito en el Plan de Compensación de Ventas para convertirse en Representante de Marca.

Actividad comercial

Cualquier actividad que beneficie, promueva o ayude al negocio de una Cuenta de Afiliado de Marca, incluyendo la firma de un Acuerdo de Afiliado de Marca, la compra o devolución de Productos de y a la Compañía, el patrocinio y/o reclutamiento de nuevos Afiliados de Marca, el uso de tarjetas de crédito, servicios de envío, o alguna otra actividad que la Compañía, según su criterio, determine como material promocional del negocio de la misma.

Actividad de desarrollo comercial

Cualquier actividad que beneficie, promueva, ayude o apoye de alguna manera al negocio, desarrollo, ventas o patrocinio de otra Compañía de Venta Directa, independiente.

Entidad comercial

Cualquier entidad comercial tal como una corporación, una sociedad, una sociedad de responsabilidad limitada, una fundación u otra forma de organización comercial formada legalmente según las leyes de la jurisdicción en la que fue estructurada.

Formato de entidad comercial

Un documento suplementario que se considera parte de un Acuerdo de Afiliado de Marca. El Formato de Entidad Comercial debe ser llenado y firmado por una Entidad Comercial que se postule para ser Afiliado de Marca, así como por cada Participante en la Entidad Comercial. El Formato de Entidad Comercial debe tener enlistadas a todas las Personas que sean socias, accionistas, directores, miembros y todos aquellos que tengan un Derecho de Usufructo en la Entidad Comercial.

Portafolio de negocios

El Portafolio de Negocios es un paquete sin fines de lucro que no está sujeto a comisión para los nuevos Afiliados de Marca. El Portafolio de Negocios contiene las Políticas y Procedimientos, el Plan de Compensación de Ventas, un Acuerdo de Afiliado de Marca, un Formato de Entidad Comercial y otras ventas y materiales de demostración, para ayudar al Afiliado de Marca a comenzar y dirigir su negocio. Cualquier servicio o herramienta comercial que apoye en el ofrecimiento o venta de Productos de la Compañía, reclutamiento de posibles Afiliados de Marca o la capacitación de Afiliados de Marca.

Materiales de apoyo comercial

Cualquier presentación electrónica, impresa, en audio o video, u otro material utilizado en el ofrecimiento o venta de Productos, reclutamiento de posibles Afiliados de Marca o capacitación de Afiliados de Marca, que haga referencia a la Compañía, sus Productos, el Plan de Compensación de Ventas o sus nombres comerciales.

Materiales y servicios de apoyo comercial

Este término se usa para referirse a los Materiales de Apoyo Comercial y los Servicios de Apoyo Comercial en conjunto.

Servicios de apoyo Comercial

Cualquier servicio o herramienta comercial que apoye en el ofrecimiento o venta de Productos de la Compañía, reclutamiento de posibles Afiliados de Marca o la capacitación de Afiliados de Marca.

CAC

Comité de Apelación de Cumplimiento cuyas actividades se describen en el Capítulo 6.

Concubino

Una persona que vive con el Afiliado de Marca como si fuera su esposo (a), pero no están casados legalmente.

Compañía

Nu Skin Enterprises United States, Inc. y sus entidades afiliadas.

Materiales de apoyo comercial aprobados por la compañía

Materiales de mercadotecnia aprobados por escrito por la Compañía para su uso en ciertos países en específico.

Información confidencial

Toda información privada, confidencial y/o de marca registrada revelada o descubierta por usted, relacionada con la Compañía incluyendo, sin limitación, derechos de propiedad intelectual, secretos comerciales, la Red, información personal, volúmenes de ventas y genealogía; manuales, protocolos, políticas, procedimientos, mercadotecnia e información estratégica, software, material de capacitación, información financiera la cual no es pública; y cualquier copia, nota o resumen de dicha información, o cualquier otra información que la Compañía considere de su propiedad, sumamente delicada o valiosa para su negocio.

Contrato

El acuerdo entre un Afiliado de Marca y la Compañía, constituido por lo siguiente: estas Políticas y Procedimientos, el Plan de Compensación de Ventas, el Acuerdo de Afiliado de Marca, los Formatos de Entidad Comercial, los servicios suplementarios, el Acuerdo de Patrocinador Internacional, el Acuerdo de Compras de Productos, el Acuerdo de Arbitraje y otros acuerdos internacionales (en un conjunto, “el Contrato”). El Contrato es el acuerdo completo y único entre la Compañía y un Afiliado de Marca.

CRC

Comité de Revisión de Cumplimiento cuyas obligaciones se describen el Capítulo 6.

Compañía de venta directa

Una compañía que usa la fuerza de venta de contratistas independientes, que venden productos y servicios; y que los remunera a través de un plan de compensación de un sólo nivel o multi-nivel para (i) sus propias ventas, y/o (ii) las ventas de otros contratistas independientes que se han afiliado bajo otros contratistas independientes para distribuir los mismos productos y servicios.

Controversia

Definida en la Sección 3 del Capítulo 7.

Patrocinador internacional

Un Afiliado de Marca acreditado, autorizado mediante un Acuerdo de Patrocinador Internacional, para actuar como Patrocinador en un País Autorizado fuera del país, territorio u otra jurisdicción política en la que el Afiliado de Marca estableció primero una Cuenta de Afiliado de Marca con la Compañía.

Sitio de Internet de mercadeo

Un “Sitio de Internet de Mercadeo” es un sitio de Internet que (a) se usa principalmente (o del que se usa una parte importante) para publicar o comunicar información acerca de la Compañía, sus Productos, o del Plan de Compensación de Ventas / oportunidad de ingresos, o (b) que contiene “materiales de mercadeo para Internet” Los materiales de mercadeo para Internet pueden ser materiales concernientes a la Compañía, sus Productos o al Plan de Compensación de Ventas / oportunidad de ingresos, que no fueron producidos ni aprobados por la Compañía para publicarlos en blogs personales, páginas de Facebook y sitios de redes sociales.

Acuerdo de Licencia

El Acuerdo entre la Compañía y un Director Diamante Azul que rige el derecho de este a usar ciertas marcas.

registradas y nombres comerciales de la Compañía, en Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director de Diamante Azul y en Internet.

Red

La red de Afiliado de Marca y clientes de la Compañía y la recopilación de varias listas reportando esa red o los miembros que la componen incluyendo, pero sin limitarse a cualquier y toda la información de contacto o personal, recopilada por la Compañía con respecto a los Afiliados de Marca y los clientes.

País que no es el de residencia

Un País Autorizado que no es el País de Residencia.

Participante

Cualquier persona que tiene un Derecho de Usufructo en una Entidad Comercial o en una Cuenta de Afiliado de Marca.

Persona

Un Individuo o Entidad Comercial.

Material publicitario personalizado

Tarjetas de presentación, membretes, artículos de escritorio, envolturas, libretas de notas, etiquetas autoadheribles, gafetes o insignias de identificación, o tarjetas de la Asociación de Venta Directa impresas con los nombres y logotipos de la Compañía; y el nombre, la dirección, el número telefónico y otra información personal de contacto personal del Afiliado.

Políticas y procedimientos

Las políticas que rigen cómo debe conducir un Afiliado de Marca sus negocios según se establece en este documento (incluyendo las Políticas Suplementarias) y que definen los derechos y relaciones de las partes.

Productos

Los productos y servicios de la Compañía que se venden a través de filiales locales en los Países Autorizados para el individuo.

País de residencia

Si es un individuo, entonces este es el país, territorio u otra jurisdicción política en la que es ciudadano o residente legal permanente y en el país cuyo Acuerdo de Afiliado de Marca haya firmado. Si es una Entidad Comercial, tal como una corporación, sociedad, sociedad de responsabilidad limitada o cualquier otra forma de organización comercial, entonces este será el país, territorio u otra jurisdicción política en la que esté constituido legalmente según las leyes de su País de Residencia, y donde cada miembro de la Entidad Comercial tenga una autorización legal apropiada para conducir negocios en el país de Residencia y en el país cuyo Acuerdo de Afiliado de Marca haya firmado.

Volumen de Ventas

Un sistema de puntos que usa la Compañía para comparar el valor relativo de los Productos a través de diversas divisas y mercados. A cada producto se le asigna una cantidad específica de puntos de Volumen de Ventas. Por favor, consulte el Plan de Compensación de Ventas para más detalles con respecto al Volumen de Ventas y el cálculo y el pago de los diferentes Bonos.

Patrocinador

Una cuenta de Afiliado de Marca con la cual se abre otra Cuenta de Afiliado de Marca desde un inicio, luego de que se ha postulado para llegar a ser Afiliado de Marca.

Equipo

Su Equipo consta de su Grupo y todos los Grupos en donde es elegible para que se le pague el Bono de Liderazgo. Por favor, vea el Plan de Compensación de Ventas de Velocity by Nu Skin™ para más detalles en los Grupos y el Bono de Liderazgo.

País no abierto

Cualquier país que no es un País Autorizado.

URL

Un Localizador Uniforme de Recursos o dirección de Internet.

Plan de Compensación de Ventas de Velocity by NuSkin™ (Plan de Compensación de Ventas)

El plan específico utilizado por la Compañía que describe los detalles y requisitos de la estructura de compensación para los Afiliados de Marca.

Apéndice B Políticas para Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul

1 Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul

1.1 Cumplimiento con la Ley de Políticas y Procedimientos

Los Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul deben cumplir con estas Políticas y Procedimientos y con todas las leyes y regulaciones aplicables, incluyendo los derechos de propiedad intelectual de otras personas. Usted tiene plena responsabilidad por el contenido de sus Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul. El registro de sus Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul es sólo con fines de rastreo y la Compañía no tiene la obligación de asegurar que sus Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul cumplan con las leyes y regulaciones aplicables. El proceso de registro no es una notificación legal de la Compañía y usted se le aconseja encarecidamente buscar consejo legal independiente con respecto a la legalidad y conformidad regulatoria de sus Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul.

1.2 Identificación de editorial

Los Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul deben indicar principalmente (a) que los materiales son “Producidos por el Afiliado de Marca Independiente”, y cualquier otra señalización según lo requiera la Compañía para identificar los materiales como producidos por el afiliado de marca, y (b) el nombre y dirección del Director Diamante Azul que publique el Material de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul. Por ejemplo: “Este fue producido por John Doe, un afiliado de marca independiente de Nu Skin Enterprises United States, Inc., 7777 Lexington Avenue, New York, NY”. No podrá afirmar, sugerir o dar a entender que los Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul fueron producidos, aprobados, endosados, ofrecidos o recomendados por la Compañía.

1.3 Uso de contenido producido por la Compañía

Los Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul pueden usar contenido producido por la Compañía como fotografías, videos y descripciones de Productos y del Plan de Compensación de Ventas que han sido Diseñados por la Compañía para que estén disponibles para su uso en (i) Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul, y (ii) el Mercado Autorizado en el que pretende usar dichos materiales. El uso de las marcas registradas, nombres comerciales, eslóganes o materiales de derechos reservados y de cualquier otro contenido producido por la Compañía, en los Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul deben cumplir con los términos estipulados en el Acuerdo de Autorización de los Materiales de Apoyo Comercial. Si usa el contenido producido por la Compañía, no debe alterar el contenido y debe señalar claramente los derechos reservados de la Compañía en dicho contenido. La Compañía, según su criterio, se reserva el derecho a revocar el derecho a usar cualquier material producido por la Compañía en cualquier momento.

2 Venta de Materiales y Servicios de Apoyo Comercial producidos por el Director Diamante Azul

2.1 Se requiere registro previo a la venta

Deberá registrar los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial de Director Diamante Azul con la Compañía y recibir una Notificación de Registro de acuerdo con las disposiciones de la Sección 6 de este Capítulo 3, previa a la venta de ellos a otros Afiliados de Marca.

2.2 El principal objetivo es vender productos

Su principal objetivo comercial debe ser siempre la venta de Productos para consumo. La venta de Materiales y Servicios de Apoyo Comercial no debe ser el centro esencial de sus ganancias. La Compañía recomienda que los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul generalmente debieran ser vendidos al costo, y deben, en cualquier circunstancia, ser vendidos a precios razonables. En coherencia con este principio, tampoco puede ofrecer incentivo alguno a otros Afiliados de Marca relacionados con cualquier venta de Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul a otros Afiliados de Marca y clientes. Por ejemplo, no puede ofrecer el pago de un bono, directa o indirectamente, a un Afiliado de Marca por la venta de Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul a otros Afiliados de Marca o clientes, o por sugerirle a usted un comprador potencial de Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul.

2.3 No se requieren compras; Ninguna venta a los posibles Afiliados de Marca

No podrá solicitar a ningún posible Afiliado de Marca que compre Materiales y Servicios de Apoyo Comercial como una condición previa al registro como Afiliado de Marca. Tampoco puede afirmar, sugerir o dar a entender que:

- Se requiere o son necesarios los Servicios y Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul o la Compañía para unirse o tener éxito en el negocio;
- Se requiere o son necesarios los Servicios y Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul o la Compañía para recibir capacitación y soporte de línea ascendente;

- Los Servicios y Materiales de Apoyo Comercial del Director de Diamante Azul son producidos por la Compañía y se ofrecen o venden por parte de la Compañía; o
- Que la Compañía aprueba, endosa o recomienda los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul.

No podrá vender Materiales ni Servicios de Apoyo Comercial de la Compañía o del Director Diamante Azul a algún posible Afiliado de Marca antes de que este haya presentado una postulación para convertirse en Afiliado de Marca de la Compañía.

2.4 Política de devolución

Junto con la venta de Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul, usted debe ofrecer la misma política de devolución que la Compañía ofrece para sus Productos y Materiales de Apoyo Comercial. Usted debe reembolsar el 90 por ciento del precio de compra de los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial de Director Diamante Azul dentro de un periodo de 12 meses.

2.5 Declaración de divulgación

Deberá dar una Declaración de Divulgación de los Materiales de Apoyo Comercial al Afiliado de Marca antes de la primera venta de Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul a ese Afiliado de Marca. Podrá obtener una copia de la Declaración de Divulgación del sitio web My Office. Deberá verificar frecuentemente el sitio web para asegurarse de que tiene la versión más reciente de la Declaración de Divulgación. La Entrega de un recibo, en conformidad con la Sección 2.6 a continuación, satisfará la obligación establecida en esta Sección 2.5, si dicho recibo es entregado simultáneamente con la compra de los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul.

2.6 Recibo

Deberá dar un recibo por todas las compras de Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul. El recibo debe cumplir con la Sección 6.3 del Capítulo 2 y también incluir la siguiente divulgación:

No se le solicita comprar ningún Material o Servicio de Apoyo Comercial para convertirse en un Afiliado de Marca de Nu Skin.

“Estos materiales y servicios de apoyo comercial son producidos y distribuidos por un afiliado de marca independiente a Nu Skin Enterprises United States, Inc. y no por Nu Skin Enterprises United States, Inc. Aunque algunos afiliados de marca pueden haber encontrado estos productos y servicios útiles en su negocio Nu Skin, no se requieren para ser afiliado de marca es y no les garantiza ningún éxito por comprarlos. Su negativa a comprar estos artículos no afectará la responsabilidad de su línea ascendente para dar capacitación y apoyo. Nu Skin Enterprises United States, Inc. no aprueba, endosa, recomienda o apoya estos materiales y servicios. Sus gastos en estos artículos deberían ser razonables y el monto que gaste debería estar relacionado con su negocio y su volumen de ventas.

En el caso de que quiera devolver sus materiales o servicios de apoyo comercial, podrá obtener un reembolso sólo del afiliado de marca independiente que le vendió dichos materiales o servicios de apoyo comercial. Podrá cancelar su compra en cualquier momento previo a la media noche del tercer día hábil luego de la fecha de su compra, por un reembolso del precio total de la compra. Luego del tercer día, tiene el derecho a un reembolso del 90 por ciento del precio de compra si devuelve los Materiales o Servicios de Apoyo Comercial al vendedor a la dirección listada en este recibo dentro de los 12 meses siguientes a la fecha de la compra. Tiene el derecho a un reembolso del 90 por ciento del precio de compra si devuelve los materiales o servicios de apoyo comercial al vendedor, a la dirección listada en este recibo dentro de los 12 meses siguientes a la fecha de la compra.

En el caso de que de los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul como un modo de suscripción u otro método en el que el Afiliado de Marca no tenga que solicitar afirmativamente cada compra (es decir una cuota mensual de acceso a Internet), entonces deberá incluir la siguiente oración en el recibo escrita en la parte superior de la suscripción inicial o pedido y cualquier recibo subsiguiente: “Usted puede finalizar su [pedido/suscripción, etc.] en cualquier momento al dar una notificación electrónica o por escrito para [insertar nombre e información del contrato (incluyendo el correo electrónico)]”.

2.7 Cumplimiento con las leyes

La venta de Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul y el desarrollo de cualquier Servicio de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul deben cumplir con estas Políticas y Procedimientos y con todas las leyes y regulaciones aplicables, incluyendo, sin limitarse a, leyes relacionadas con la privacidad del cliente, protección de información, regulaciones de no llamados, regulaciones correo no deseado, y cualquier ley relacionada con la protección del consumidor. Usted tiene toda la responsabilidad de asegurarse de que cumple con todas las leyes aplicables y será responsable ante la Compañía en el caso de que esta incurra en una responsabilidad como resultado del incumplimiento de su parte. Se le exhorta a consultar con su propio consejero legal con respecto al cumplimiento con estas leyes y regulaciones. Mientras que la Compañía pueda revisar los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul y pueda solicitar modificaciones a dichos materiales, su revisión por parte de la Compañía y su permiso para vender tales Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul no son una notificación legal de la Compañía ni cualquier forma de protesta formal de que los materiales cumplan con las leyes aplicables.

2.8 Asequibilidad

Deberá asegurarse de que la cantidad y costo de cualquier Material o Servicio de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul que venda a otro Afiliado de marca estén razonablemente relacionados con el volumen de ventas y nivel de Bonos de ese Afiliado de Marca. No podrá incitar a un Afiliado de Marca para que se endeude por comprar Materiales y Servicios de Apoyo Comercial ya sea de la Compañía o del Director Diamante Azul.

2.9 Actividad de venta prohibida en eventos corporativos

Usted no puede exhibir, promover o vender cualquier Material o Servicio de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul en reuniones o eventos patrocinados y conducidos, por completo o en parte, por la Compañía.

2.10 Sitios Web

Aunque permita que otros Afiliados de Marca usen su sitio web y cobre un cargo razonable para cubrir sus costos por proporcionar el servicio; no puede vender sitios web que reproduzcan la información o que sean plantillas para otros Afiliados de Marca sin la aprobación previa de la Compañía.

2.11 Derechos mantenidos por la compañía; cláusulas restrictivas

- (a) Su derecho a vender Materiales o Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul a otros Afiliados de Marca está condicionado a su acuerdo en el que toda la información relacionada con los Afiliados de Marca que compran dichos Materiales y Servicios del Director Diamante Azul sigue siendo propiedad de la Compañía, incluyendo su información de contacto. Está de acuerdo con que, en caso de que finalice su Cuenta de Afiliado de Marca, usted: (i) regresará inmediatamente a la Compañía o destruirá toda esta información y cualquier copia de ella; y (ii) no utilizará esta información para ningún otro propósito.
- (b) En consideración con el permiso de la Compañía para que usted mercadee y venda Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul a sus Afiliados de Marca, acordará por la presente que durante el periodo en el que sea un Afiliado de Marca y por un periodo de dos años en adelante, usted de ninguna manera, directa o indirectamente, reclutará, solicitará o patrocinará a algún Afiliado de Marca (incluyendo alguno que le compre Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul) para (i) formar una relación con, (ii) promover, vender o comprar los productos o servicios de, (iii) participar como agente de ventas de, (iv) o de alguna manera asociarse con, una Compañía de Ventas Directas, o alentar a algún Afiliado de Marca o cliente para hacerlo o para finalizar su relación con la Compañía. Esta obligación subsiste a la finalización del Contrato.

2.12 Registros

Deberá mantener registros certeros y completos con respecto a cualquier venta de Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul, incluyendo registros financieros que documenten los costos de producción y las utilidades generadas de la venta de dichos Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul. A la solicitud de la Compañía, deberá poner a su disposición estos registros para la revisión por parte de la Compañía para confirmar si ha estado cumpliendo con estas Políticas y Procedimientos con respecto a la venta de cualquier Material y Servicio de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul. Deberá cumplir con cualquier solicitud para revisar sus registros de Cuenta de Afiliado de Marca pronta y completamente.

3 Registro de Servicios y Materiales de apoyo comercial del Director Diamante Azul

3.1 Solicitud de registro

- (a) Para poder registrar Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul, deberá presentar una Solicitud de Registro a la Compañía junto con una copia de los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul, propuestos y con la documentación de sustento. La Solicitud de Registro contiene términos y condiciones adicionales que rigen la producción y distribución de sus Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul. Una Notificación de Registro emitida luego de una Solicitud de Registro expirará dos años después de la fecha de emisión. Hasta su expiración, cualquier Material y Servicio de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul propuesto como adicional, será tratado como apéndice a la Solicitud de Registro vigente archivada en la Compañía. Ante el vencimiento de una Notificación de Registro, deberá presentar una nueva Solicitud de Registro para seguir usando cualquier Material y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul presentados con anterioridad junto con la presentación de los nuevos Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul.
- (b) La Solicitud de Registro puede obtenerse del sitio de Internet My Office o llamando a Cumplimiento o a su Gerente de Cuenta. La Compañía podría solicitar que haga cambios a sus Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul propuestos, así que no debería producir múltiples copias con los materiales o incurrir en otros costos significativos hasta que haya recibido una Notificación de Registro de la Compañía. Al no cumplir con esto, se le puede solicitar que destruya dichas copias, pague por reimprimir los Materiales de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul o incurrir de alguna otra manera en gastos innecesarios o duplicados

que no serán reembolsados por la Compañía.

3.2 Documentación adicional; Derecho de revisión; Modificaciones

Al recibir una Solicitud de Registro, la Compañía revisará la solicitud y las propuestas relacionadas, y le dará cualquier modificación solicitada a los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul que considere apropiados según su criterio. La Compañía puede solicitarle documentación adicional, apoyo y opiniones legales según lo determine apropiado. La Compañía también tiene el derecho a revisar sus Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul en cualquier momento, incluyendo revisiones adicionales luego de la emisión de la Notificación de Registro. Deberá dar a la Compañía cualquier contraseña o identificación que sea necesaria para que esta revise los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul. Basada en este tipo de revisiones, la Compañía puede solicitarle que haga modificaciones a los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul que la Compañía, según su propio criterio, considere apropiadas. Si la Compañía le notifica de alguna modificación requerida, deberá hacer dichos cambios prontamente a los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul y no puede más usar, ofrecer, vender o desempeñar cualquier Material y Servicio de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul que no haya sido modificado de acuerdo con las instrucciones de la Compañía.

3.3 Cuotas desolicitud

La Compañía puede imponer una cuota razonable por registrar los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul.

3.4 Notificación deregistro

Luego de la revisión de la Solicitud de Registro, la Compañía decidirá si emitir una Notificación de Registro con respecto a los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul cubiertos por dicha solicitud. La Compañía tiene el derecho a tomar esta decisión según su propio criterio y no está obligada a emitir alguna Notificación de Registro para alguna Solicitud de Registro y puede rechazar el emitir una Notificación de Registro según su propio criterio. En este caso, no podrá usar, ofrecer, vender o desarrollar los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul cubiertos por la Solicitud de Registro. En el caso de que la Compañía decida emitir una Notificación de Registro, esta será entregada a su dirección indicada en la solicitud.

3.5 Renovación del registro; Revocación

- (a) La Notificación de Registro indicará la fecha en la que esta expira. Usted no puede seguir usando, ofreciendo o desempeñando los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul para los que la Notificación de Registro haya vencido, a menos que haya presentado nuevamente los materiales para registro con la Compañía y haya recibido una nueva Notificación de Registro de la misma para dichos Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director de Diamante Azul. Los materiales que desee renovar serán presentados como parte de su Solicitud de Registro vigente que está archivada por la Compañía y que es manejada de acuerdo con el mismo procedimiento. Si su Solicitud de Registro ha vencido, entonces debe archivar una nueva Solicitud de Registro junto con los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul que desee renovar.
- (b) Apesar de cualquier hecho contrario a estas Políticas y Procedimientos, la Compañía se reserva el derecho a finalizar y revocar cualquier Notificación de Registro en cualquier momento según su propio criterio. Si la Notificación de Registro es revocada, entonces deberá inmediatamente dejar de distribuir los Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul especificados. La Compañía no se hará responsable ni reembolsará costo alguno en el que haya incurrido para la producción de sus Materiales y Servicios de Apoyo Comercial del Director Diamante Azul que estén sujetos a la Notificación de Registro revocada.

