



# Políticas y Procedimientos

---

Lo que necesitas saber sobre cómo  
administrar y desarrollar tu negocio

---

USA

## SECCIÓN 1

### INTRODUCCIÓN

1.1 Políticas y Procedimientos, Parte del Acuerdo de Membresía.....	1
1.2 Propósito.....	1
1.3 Dimensión.....	1
1.4 Enmiendas.....	1
1.5 Políticas y Disposiciones Separables.....	1
1.6 Exención de Responsabilidad.....	1
1.7 Preguntas sobre el Acuerdo de Membresía.....	2

## SECCIÓN 2

2.1 Definiciones.....	2
-----------------------	---

## SECCIÓN 3

3.1 El Código de Ética.....	2
-----------------------------	---

## SECCIÓN 4

### INSCRIPCIÓN Y MANEJO DE CUENTAS

4.1 Beneficios del Consultor.....	3
4.2 Solicitud de Consultor.....	3
4.3 Número de ID de Consultor.....	3
4.4 Edad Legal.....	3
4.5 Propiedad (Tenencia) de la red.....	3
4.6 Información confidencial.....	3
4.7 Compensación y honorarios de los Consultores.....	3
4.8 Territorio y Patrocinio Global.....	4
4.9 Intereses Beneficiosos.....	4
4.10 Corporaciones, sociedades, fideicomisos, propietarios únicos y otras entidades.....	4
4.11 Matrimonio del Consultor.....	4
4.12 Divorcio del Consultor.....	4
4.13 Muerte del Consultor.....	4
4.14 Cambios de Cuenta del Consultor.....	5
4.15 Transferencia de Membresía por Venta.....	5
4.16 Transferencia de Membresía por Testamento.....	5
4.17 Reconocimiento y Beneficios por Cuentas con Cambio de Propiedad.....	5
4.18 Elegibilidad de Eventos.....	5

## SECCIÓN 5

### OPERACIÓN DEL NEGOCIO

5.1 Comportamiento Ético.....	5
5.2 No Pactos Parasociales (Acuerdos paralelos).....	5
5.3 Estatus de Contratista Independiente.....	5
5.4 Privacidad y manejo de información de identificación personal en su empresa Nature's Sunshine.....	5
5.5 Competencia Desleal – Patrocinio Cruzado/Allanado de Grupo.....	6
5.6 Actividades Denigrantes o Despectivas.....	6
5.7 Declaración de Mercado y de Ventas de Productos.....	6
5.8 Declaraciones de Respaldo Gubernamental.....	6
5.9 Exclusión de Responsabilidad.....	6
5.10 Ley Norteamericana sobre Prácticas Corruptas en el Extranjero.....	6
5.11 Reporte de Comportamiento Corrupto.....	6
5.12 Acusaciones Falsas.....	6
5.13 Impuestos.....	6
5.14 No venta/Compra de Clientes Potenciales.....	6

## SECCIÓN 6

### RESPONSABILIDADES DE PATROCINIO

6.1 General.....	7
6.2 Responsabilidades con Posibles Consultores.....	7
6.3 Cambio de Patrocinio.....	7
6.4 No Compra de Inventario Estático.....	7
6.5 No Acaparamiento.....	7
6.6 No Patrocinio de Empleados/No Endoso por Empleados.....	7
6.7 Competencia de Empleo.....	7
6.8 No solicitud de Miembros de Synergy.....	7

## SECCIÓN 7

### RESPONSABILIDAD DE VENTAS

7.1 Pago de Producto.....	7
7.2 Ventas de Producto en California.....	7
7.3 Ventas del Cliente.....	8
7.4 Regulación de Intercambio o “Regla de Enfriamiento” de los EE.UU.....	8

## SECCIÓN 8

### POLÍTICA DE CONTABILIDAD

8.1 Balances en Crédito.....	8
8.2 Política de Devolución de Cheques.....	8
8.3 Pagos de Comisiones no Reclamadas.....	8
8.4 Reembolso de Cheques no Reclamados.....	8

## SECCIÓN 9

### PEDIDO DE PRODUCTOS

9.1 Pedidos por Teléfono.....	8
9.2 Pedidos por Internet.....	9
9.3 Pedidos por Correo.....	9
9.4 Pedidos por Fax.....	9
9.5 Calendario y Horario de Pedidos.....	9
9.6 Productos Descontinuados (NLA).....	9
9.7 Pagos vía Giro (retiro) Bancario.....	9

## SECCIÓN 10

### ENVÍO

10.1 Métodos de Envío.....	10
10.2 Arreglos Especiales de Envío.....	10
10.3 Cambio de Dirección de Envío.....	10
10.4 Pedidos Perdidos.....	10
10.5 Seguimiento del Pedido.....	10
10.6 Pedidos Pendientes.....	10
10.7 Cargos de Manejo y Envío.....	10

## SECCIÓN 11

### DEVOLUCIÓN DE PRODUCTO

11.1 Garantía del Producto – 100% de Satisfacción.....	11
11.2 Procedimiento de Devolución de Producto.....	11
11.3 Productos Defectuosos o Dañados.....	11
11.4 Revocación de Cuenta – Procedimiento de Readquisición de Producto.....	11
11.5 Devolución de Producto – Muerte de un Consultor.....	11

## SECCIÓN 12

### GUÍA GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN

12.1 Reglas y Normas sobre la Discusión de Productos.....	11
12.2 Sitios de Subasta por Internet.....	12
12.3 Ventas por Catálogo.....	12
12.4 Tiendas de Distribución Minorista.....	12
12.5 Cuidado del Producto y Controles de Calidad.....	12
12.6 Servicio al Cliente.....	12
12.7 Seguridad para el Consumidor y Retiro del Producto.....	12

## SECCIÓN 13

### PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS NSP

13.1 Normas Generales de Publicidad.....	12
13.2 Identificación del Consultor.....	12
13.3 Usos no medicinales.....	13
13.4 Propiedad Intelectual NSP.....	13
13.5 Licencia.....	13
13.6 Reportando Reclamos Legales.....	13
13.7 Publicidad Producida por Consultores y/o Modificación de Materiales NSP por el Consultor.....	13
13.8 Reclamo de Productos.....	13
13.9 Materiales de Interés General Producidos por NSP.....	13
13.10 Telemarketing.....	13
13.11 Marketing por Internet.....	13
13.12 Medios y Redes Sociales.....	14
13.13 Enlaces a Sitios NSP.....	14
13.14 No se Permite Email No Solicitado.....	14

## SECCIÓN 14

### INACTIVIDAD Y REVOCACIÓN

14.1 Renovación de Membresía.....	15
14.2 Revocación de la Membresía.....	15

## SECCIÓN 15

### SOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y ACCIONES DISCIPLINARIAS

15.1 Investigación y Acción Disciplinaria.....	15
15.2 Revocación Involuntaria.....	15
15.3 Efecto de Revocación.....	16
15.4 Litigio.....	16

## SECCIÓN 16

### RESPONSABILIDADES DE VENTAS

16.1 Información de Contacto.....	16
-----------------------------------	----

## ANEXOS

An. A-Declaración de Ingresos Medios.....	17-18
An. B-Anexo de QEMP.....	19
An. C-DSA Código de Ética.....	20

# NUESTRO PROPOSITO

EN NATURE'S SUNSHINE, ESTAMOS EN EL NEGOCIO DE TRANSFORMACIÓN DE VIDAS:

Creemos que la salud natural y el bienestar tienen el poder de cambiar vidas; y a través de nuestros productos, nuestra gente y nuestra oportunidad de negocio, trabajamos para hacer que esto sea una realidad.

## MISIÓN:

Nuestra misión es transformar vidas alrededor del mundo proveyendo las soluciones de salud más innovadoras y de la más alta calidad.

## VALORES:

Por 45 años, hemos desarrollado juntos un negocio, basado en cinco valores principales:

Calidad – Configurar las normas, no solo satisfacerlas

Integridad – Hacer lo correcto porque es correcto

Servicio – Proveer valor y mostrar respeto a todos

Comunidad – Conectar con quienes comparten nuestra pasión

Innovación – Nutrir el espíritu de descubrimiento y avance

Mientras que la transformación es una promesa audaz para hacer, la hacemos con confianza. Nature's Sunshine ofrece la promesa de una mejor salud y bienestar a millones de clientes cada día. Y cuando la gente está más saludable, está más feliz y sus vidas realmente se transforman.

# SECCIÓN 1

## INTRODUCCIÓN

### 1.1 Políticas y Procedimientos, Parte del Acuerdo de Membresía

Nature's Sunshine Products, Inc. ("NSP") ha establecido estas Políticas y Procedimientos (las "Políticas") en su forma actual y puede modificarlas de vez en cuando a su entera discreción de acuerdo con la Sección 1.4. Las Políticas, incluyendo las enmiendas, se incorporan en la Solicitud de Consultor de NSP, junto con el Plan de Compensación de NSP. A lo largo de estas Políticas, cuando se usa el término Acuerdo de Membresía, se refiere colectivamente a la Solicitud de Consultor NSP, el Modelo de Negocios del Consultor ("El Plan de Compensación de NSP") y estas Políticas. El Acuerdo de Membresía constituye un Solicitud completo entre el Consultor Independiente y NSP. Al comprar productos de NSP para fines de reventa, el Consultor Independiente acepta cumplir con los términos y condiciones contenidos en su Solicitud de Consultor, el Plan de Compensación de NSP, así como todas las disposiciones de estas Políticas. Es responsabilidad de cada Consultor independiente leer, comprender, seguir y asegurarse de que él/ella opera su negocio independiente de NSP bajo la versión más actualizada de estos documentos, incluyendo cualquier enmienda. Las versiones más recientes se encontrarán en el sitio web corporativo de NSP en [www.naturesunshine.com](http://www.naturesunshine.com). La versión en línea de las Políticas reemplazará a todas las demás versiones.

### 1.2 Propósito

El propósito del Acuerdo de Membresía NSP es gobernar la manera en que un Consultor independiente hace negocios con NSP, con otros Consultores Independientes y clientes. En él se establecen normas de comportamiento empresarial aceptables para garantizar el funcionamiento eficaz y ético de su negocio independiente NSP o Membresía (como se define más adelante). El incumplimiento de cualquier aspecto de las disposiciones del Acuerdo de Membresía puede dar lugar a, entre otras cosas, la pérdida del derecho del

Consultor Independiente a la información sobre su organización NSP, la pérdida del derecho a recibir un cheque de bonificación, multas, suspensión, y/o revocación de la Membresía del Consultor Independiente.

### 1.3 Dimensión

Estas Políticas se aplican en los EE.UU. Políticas adicionales u otros pueden aplicar en otros países. Todos los documentos que constituyen el Acuerdo de Membresía y todos los documentos relacionados se interpretarán con arreglo a la ley de Utah. En caso de conflicto entre la versión en Inglés del Acuerdo de Membresía y cualquier versión de idioma extranjero de estos documentos, prevalecerá la versión en inglés.

Estas Políticas son efectivas el 1 de Julio, 2020. Toda disposición o causa a tratar establecida bajo una versión anterior de estas Políticas ya no es válida o reconocida por NSP a partir de la fecha arriba indicada. También pueden aplicarse en ciertas jurisdicciones los términos adicionales o diferentes basados en los requisitos legales o de operación específicos a la jurisdicción en particular.

### 1.4 Enmiendas

Todos los Consultores entienden y acuerdan que NSP, a su entera discreción, puede enmendar el Acuerdo de Membresía de vez en cuando. Todos los Consultores entienden y aceptan estar sujetos a las versiones más actualizadas de estas Políticas, el Plan de Compensación de NSP y los demás documentos que forman el Acuerdo de Membresía, incluyendo las revisiones o enmiendas realizadas después de la fecha de inscripción de cada Consultor, cuando ocurra cualquiera de las siguientes cosas: (a) completar la Solicitud de Consultor y entrar en el Acuerdo de Membresía;

(b) renovar una Membresía; (c) inscribir a un nuevo Consultor; o (d) aceptar cualquier comisión u otro pago de NSP conforme al Plan de Compensación de NSP.

Todos los Consultores estarán obligados por cualquier revisión o enmienda después de la notificación de las revisiones o enmiendas a través de cualquier canal de comunicación oficial de NSP con vigencia treinta (30) días después de la publicación de dicha notificación (excepto cuando la ley exija un período más prolongado, en cuyo caso se aplicará el período más largo). Los canales de comunicación oficiales incluyen, pero no se limitan a, las publicaciones de información o estas Políticas, el Plan de Compensación de NSP u otros documentos que forman el Acuerdo de Membresía en el sitio web de NSP, correos electrónicos a la dirección de correo electrónico archivada, anuncios en cualquier boletín oficial de NSP, o por correo enviado a la dirección en el archivo.

### 1.5 Políticas y Disposiciones Separables

Si alguna de las disposiciones actuales o con enmiendas del Acuerdo de Membresía se encuentra inválida o inaplicable por cualquier razón, sólo dicha disposición será separada y los demás términos y condiciones permanecerán en pleno vigor y efecto, y se interpretará como si la disposición inválida o inejecutable nunca hubiera formado parte del Acuerdo de Membresía.

### 1.6 Exención de Responsabilidad

NSP nunca renuncia a su derecho de exigir a los Consultores independientes el cumplimiento de los de todos los aspectos del Acuerdo de Membresía, con todas las leyes aplicables que rigen la conducta empresarial. NSP se reserva el derecho de anular cualquier política o procedimiento a su discreción, y dicha renuncia será transmitida por escrito por el Jefe de Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor o un funcionario autorizado de NSP. La exención sólo se aplicará a ese caso específico.

## 1.7 Preguntas sobre el Acuerdo de Membresía

La intención de NSP es que sus Consultores cumplan con las leyes, políticas y pautas legales establecidas. NSP mantiene personal legal para ayudar en este sentido. Si un Consultor Independiente tiene preguntas sobre el Acuerdo de Membresía o estas Políticas, éste puede contactar a Servicio al Cliente y/o el Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor.

El Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP está disponible para discutir la aplicación de las Políticas, incluyendo el mercadeo de productos NSP, las publicaciones propuestas, publicidad propuesta, entrevistas con los medios y relación con las autoridades de gobierno. NSP no provee consejo legal a sus Consultores. El Departamento Legal de NSP sólo representa a NSP y no a un Consultor en cualquiera de sus capacidades.

## SECCIÓN 2

### 2.1 Definiciones

En estas Políticas, los términos siguientes tendrán los significados que a continuación se especifican:

**“Plan de Compensación”** - significa las prácticas de negocio que permiten al Consultor adquirir suplementos de salud de alta calidad a costo de Consultor; desarrollar un negocio independiente; ganar comisiones y bonificaciones; y asistir a los eventos y reuniones educativas patrocinadas por NSP.

**“Oficina Central”** - es la casa matriz u Oficina Corporativa de Nature’s Sunshine Products, Inc. ubicada en 2901 W. Bluegrass Boulevard, Suite 100, Lehi, Utah 84043, o cualquier direcciones que le proceda.

**“Afiliado”** - Un cliente de NSP que ha completado y enviado un Acuerdo de Afiliado para recibir pagos o crédito de producto por recomendar los Productos de NSP a otros. Los Afiliados no son empleados de NSP.

**“Consultor” o “Consultor independiente”** - se refieren a un contratista independiente que ha completado y presentado un Acuerdo de Membresía y cuyo Acuerdo ha sido aceptado por NSP y continúa mientras se mantengan en regla. El término “Consultor” o “Consultor Independiente” incluye a cualquier persona con un interés beneficioso en una Membresía de NSP. Los Consultores no son empleados de NSP.

**“Membresía”** - significa el derecho a distribuir productos de NSP y cumplir con las obligaciones de NSP como Consultor. Los términos “Membresía”, “Consultor” o “Consultores” no implican ningún derecho o interés alguno en NSP, sus productos o cualquier otra cosa que no sea el derecho de distribuir productos de NSP.

**“Acuerdo de Membresía”** - significa el Solicitud vinculante entre el Consultor y el NSP, que rige la Membresía del Consultor e incluye la Solicitud de Consultor, el Plan de Compensación del NSP y las Políticas del NSP.

**“Solicitud de Consultor”** - se refiere a la aplicación o solicitud y toda la documentación adjunta que se debe enviar a NSP para solicitar ser Consultor. La “Solicitud de Consultor” está sujeta a la aceptación o rechazo por parte de NSP. Una vez aceptada por NSP, la “Solicitud de Consultor”, junto con el Plan de compensación de NSP y las Políticas de NSP, constituyen el “Acuerdo de Membresía”.

**“Red”** - significa los Consultores de NSP y sus compañías y todas las compilaciones de varias listas que describen esa red o Consultores de la misma, incluidos, entre otros, todos los contactos o información personal recopilada por NSP con respecto a los Consultores y toda la información proporcionada a los Consultores. en el sitio web de NSP y en las herramientas administrativas de los Consultores.

**“Patrocinador”** - es el Consultor que recluta personalmente a un nuevo Consultor para entrar en un Acuerdo de Membresía con NSP y es identificado en el Acuerdo de Membresía del nuevo Consultor.

**“Cuenta NSP Establecida”** - Una cuenta NSP que fue formada originalmente por un dueño anterior.

## SECCIÓN 3

### 3.1 El Código de Ética

Todo Consultor acuerda realizar su negocio como Consultor Independiente de NSP, actuando con honestidad y en forma ética y profesional en todo momento, y de acuerdo a estas Políticas. La violación ética por Consultores independientes daña la reputación de NSP. NSP se reserva el derecho de imponer medidas correctivas y protectoras como se indican en este documento, o de otra manera conforme a la legislación aplicable.

NSP es miembro de la Asociación de Ventas Directas (DSA) y acata el Código de Ética de la DSA. Junto con nuestra guía ética, los Consultores de NSP también deberán cumplir con el Código de Ética de la DSA. Este código se puede encontrar en HYPERLINK “http://www/”<http://www.dsa.org/espanol/ethics/code> y adjunto como Anexo C.

Como contratista independiente y Consultor de NSP, prometo y acuerdo que, entre otras cosas:

- Cumpliré, y debo hacer que todas las personas bajo mi dirección o control que están relacionadas con el Acuerdo de Membresía cumplan con todas las leyes, normas, reglamentos y ordenanzas aplicables de los Estados Unidos de América, (los) Estado (s) en que consumo y / o distribuyo los productos de NSP, y sus respectivas agencias, así como todas las reglas, regulaciones y políticas de NSP.
- Seré cortés, respetuoso, honesto y justo en todos mis tratos mientras actúe como Consultor Independiente de NSP; Por otra parte, desempeñaré mis actividades profesionales de manera que mejorará mi reputación y la reputación positiva de NSP.
- Cumpliré con mis responsabilidades de liderazgo como Patrocinador por medio de la capacitación, ayuda y apoyo a los Consultores de mi organización de ventas. Respetaré la relación como patrocinador de cada miembro de la familia NSP, y no voy a tratar de interferir o cambiar estas relaciones. No voy a hacer declaraciones despectivas o falsas sobre otros Consultores de NSP.
- Seguiré las Políticas utilizando los mejores esfuerzos para seguir el espíritu y la letra de estas Políticas.
- Cumpliré con los términos y condiciones a los que me comprometí al momento de firmar mi Solicitud de Consultor.
- No voy a diagnosticar o prescribir un tratamiento para enfermedad alguna ni voy a hacer ningún reclamo. Nunca recomendaría a nadie que suspenda los servicios, recomendaciones o medicamentos de cualquier médico u otro profesional de la salud.
- No tergiversaré o haré declaraciones engañosas (aun si son verdaderas) con respecto al potencial de ingresos del Plan de Compensación.
- No tergiversaré o haré declaraciones engañosas (aun si son verdaderas) los productos NSP o el Plan de Compensación, ni voy a participar en prácticas denigrantes, engañosas, fraudulentas o ilegales.
- Garantizaré todas las ventas de los clientes de acuerdo a los términos de las Políticas de Devolución para el cliente.
- No omitiré, causaré o permitiré que se omita cualquier material relacionado con los productos NSP, el Plan de Compensación o las Políticas.
- No voy a omitir, causar o permitir que se omita cualquier material relacionado con los productos de NSP, el Plan de Compensación o las Políticas.

## SECCIÓN 4

### INSCRIPCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE CUENTA

#### 4.1 Beneficios del Consultor

Los Consultores de NSP pueden inmediatamente disfrutar los beneficios estipulados en el Plan de Compensación de NSP. Estos beneficios incluyen la capacidad de:

- Comprar productos NSP a costo de Consultor de la Oficina Central de NSP y/o de su Patrocinador superior.
- Vender productos NSP y patrocinar a nuevos Consultores en cualquier territorio o país, sujeto a las regulaciones de registro de producto y de patrocinio internacional, y consistente a las leyes y regulaciones federales, estatales y de gobierno local aplicables.
- Patrocinar a otras personas en una Membresía para desarrollar una organización de ventas y progresar en uno o los dos planes de compensación.
- Patrocinar a cualquier Cliente/Afiliado que no quiere ser un Consultor.
- Participar en concursos de incentivo patrocinados por NSP o sus Consultores.
- Disfrutar de la oportunidad de asistir a eventos educativos de NSP.
- Asistir a seminarios de capacitación pagando cualquier cargo aplicable.

#### 4.2 Solicitud de Consultor NSP

NSP no requiere pedido inicial, con excepción de comprar un Kit de Bienvenida para convertirse en un Consultor.

Una persona puede convertirse en Consultor de NSP al completar la Solicitud de Consultor de NSP y comprar el Kit de Bienvenida. Los Consultores de NSP disfrutan de costo de Consultor por sus compras de productos NSP, junto con otros diversos beneficios. La Membresía se otorga sólo sobre una base de 12 meses y debe ser renovada cada año (ver Renovación de Membresía.)

#### 4.3 Número de ID de Consultor

Cada Consultor obtendrá un número de identificación (Número de ID) emitido por NSP.

#### 4.4 Edad Legal

Los Consultores deberán tener por lo menos 18 años. Si una Membresía es una entidad, todos los participantes que la controlan deberán tener por lo menos 18 años.

#### 4.5 Propiedad (Tenencia) de la red:

- Los Consultores reconocen y aceptan que:
- La red está protegida como un bien comercial secreto y valioso, de propiedad exclusiva de NSP y de sus compañías afiliadas;
- La red ha sido desarrollada para beneficio exclusivo de NSP y sus Consultores, ya que promueven actividades comerciales autorizadas y los productos de NSP a través de la red;
- La protección de la red es fundamental para el éxito continuo, tanto de NSP como de sus Consultores;
- La violación de estas normas ocasiona un daño irreparable a la Red, a la Compañía y a sus Consultores asociados. Por lo tanto, los Consultores acuerdan que el incumplimiento de las obligaciones detalladas en estas Políticas constituirá una interferencia injustificada e irrazonable con la relación

contractual entre NSP, sus Consultores y que daña el interés comercial competitivo y la integridad de NSP y la Red; y

- La renuncia o término de una Membresía resulta en la pérdida de todos los derechos y beneficios como Consultor, incluida la pérdida permanente de la organización descendente (grupo) y la red.

#### 4.6 Información confidencial:

Como resultado de ser un Consultor, los Consultores tienen acceso a información confidencial que reconocen que es propietaria, altamente sensible y valiosa para NSP y sus negocios afiliados.

Esta información está disponible para ellos única y exclusivamente con el fin de promover la venta de productos NSP, de prospección, capacitación y patrocinio de terceros que deseen convertirse en Consultores, y para desarrollar y promover aún más el negocio NSP del Consultor. Los Consultores y NSP acuerdan y reconocen que, si no fuera por el acuerdo de confidencialidad y no divulgación de los Consultores, NSP no pondría la información confidencial a disposición de los Consultores. En la medida permitida por la ley aplicable mientras una persona sea Consultor, y durante un período de 6 meses después de la terminación o expiración del Solicitud de Consultor, los Consultores no podrán, por ningún motivo, en su propio nombre o en nombre de otra persona:

- Divulgar cualquier información confidencial relacionada caso de discrepancias en el pago de ganancias, prevalecerán los términos y condiciones del Plan de Compensación.
- Divulgar, directa o indirectamente, la contraseña u otro código de acceso a la red;
- Usar la información confidencial para competir con NSP y sus negocios afiliados, o para cualquier otro propósito que no sea promocionar a la compañía;
- Solicitar a cualquier Consultor de NSP y sus negocios afiliados o de la red, o de alguna manera intentar influir o inducir a cualquier Consultor de NSP y sus negocios afiliados, a modificar su relación comercial con NSP y sus negocios afiliados;
- Usar o divulgar a cualquier persona cualquier información confidencial relacionada o contenida en la red que se haya obtenido mientras estaba vigente el Solicitud del Consultor; o
- Uso indebido de información patentada y confidencial de NSP al reclutar o intentar reclutar a un Consultor existente a otra compañía de ventas directas/mercadeo en red.

En caso de renuncia o terminación de la Membresía, los Consultores inmediatamente destruirán o devolverán a NSP toda la información confidencial. Las obligaciones bajo esta disposición seguirán vigentes después de la terminación o vencimiento del Solicitud del Consultor.

El Consultor deberá indemnizar y eximir de responsabilidad a NSP y sus compañías afiliadas por todos los reclamos por daños, responsabilidades y gastos que surjan de cualquier violación o incumplimiento de esta disposición.

#### 4.7 Compensación y honorarios de los Consultores:

Un Consultor es compensado de conformidad con el Plan de Compensación de NSP aplicable al país de residencia de la

Membresía. Al igual que con cualquier otra oportunidad de venta, la remuneración obtenida por los Consultores varía significativamente. El costo para convertirse en Consultor es muy bajo. Las personas eligen convertirse en Consultores por varias razones. Muchos lo hacen para comprar productos NSP al precio mayorista. Otros pueden unirse para mejorar sus habilidades comerciales, incluyendo la

administración de su propio negocio. En consecuencia, muchos Consultores nunca califican para recibir comisiones. Ganar una compensación significativa como Consultor requiere de tiempo, esfuerzo y compromiso considerables. La oportunidad de negocios de NSP no es un programa para hacerse rico rápidamente. A ningún Consultor se le garantiza un ingreso específico ni se le garantiza ningún nivel de ventas, ganancias o éxito. Un Consultor es totalmente responsable de cumplir los requisitos de calificación del Consultor.

Las Políticas y normas descritas en la(s) sección(es) del Plan de Compensación de este documento y en el sitio web de NSP son las pautas para el pago de las ganancias bajo el Plan de

Compensación y de las tarifas cobradas a los Consultores. En caso de discrepancias en el pago de ganancias, prevalecerán los términos y condiciones del Plan de Compensación.

Aunque NSP proporciona la mayoría de los servicios para los Consultores de forma gratuita, de vez en cuando un Consultor solicitará o requerirá servicios que justifiquen tiempo y gastos adicionales para investigar o abordar. Se notificará a los Consultores que soliciten servicios sobre cualquier cargo adicional y se le cobrará a discreción de NSP.

#### 4.8 Territorio y Patrocinio Global

La aceptación de la Solicitud de Consultor provee autorización para conducir la venta de productos y negocio en el ámbito de los Estados Unidos. Además, NSP ofrece a sus Consultores la capacidad de patrocinar a nuevos Consultores en cualquier mercado internacional donde se encuentre NSP operando como compañía de ventas directas. A través del Patrocinio Legal tienes la oportunidad de desarrollar tu negocio más allá de las fronteras de tu país de residencia, lo que abre la oportunidad potencial de crecimiento y éxito. Esperamos que todos los Consultores de NSP aprovechen esta fenomenal oportunidad de desarrollo de negocio.

La siguiente política se aplica a todas las actividades de Patrocinio Global sin importar el actual país de residencia. Si tienes más preguntas sobre el Patrocinio Global, favor de visitar [www.naturesunshine.com](http://www.naturesunshine.com).

Los Patrocinadores Globales están obligados a observar las leyes de los países donde operan. Los Patrocinadores Globales están obligados a operar solamente en los países/mercados que han sido abiertos oficialmente por NSP para actividad de venta directa. Una lista de estos países se encuentra en [www.naturesunshine.com](http://www.naturesunshine.com).

- Los Patrocinadores Globales deberán sujetarse al Formulario de Acuerdo, las Reglas, Políticas, el Plan de Compensación, etc. de la oficina o subsidiaria NSP legalmente reconocida en el país/mercado donde opera.
- Los Patrocinadores Globales están obligados a reclutar a nuevos Consultores patrocinados globalmente de acuerdo al Formulario de Acuerdo, las Reglas, Políticas, el Plan de Compensación, etc. del país/mercado donde el nuevo Consultor patrocinado globalmente reside.
- Los Patrocinadores Globales pueden inscribir a cuantos Consultores deseen en todos los países participantes; sin embargo, no pueden inscribirse como Consultores autorizados en cualquier país excepto en el de su residencia. Como política en toda la compañía, cualquier Consultor/Cliente puede operar sólo una Membresía NSP a la vez.
- Cualquier comisión ganada por Patrocinio Global está basada en la venta de productos en el país extranjero donde el Consultor patrocinado reside y es pagado al Patrocinador Global por la oficina/subsidiaria NSP reconocida legalmente en el país o mercado de tu residencia. Donde se aplique, los impuestos serán manejados como la ley de cada país/mercado lo requiera.
- Los productos NSP NO DEBERÁN ser distribuidos/vendidos de un país/mercado a otro.

- El incumplimiento de cualquiera de estas políticas puede resultar en graves consecuencias legales, perjudiciales para todas las partes interesadas, y constituye motivo para la revocación inmediata del Acuerdo de Membresía en su país de residencia.

#### 4.9 Intereses Beneficiosos

Los miembros de una misma unidad familiar –definido como esposo, esposa e hijos viviendo en la misma dirección– no pueden tener más de una cuenta total de Membresía. El Acuerdo de Membresía queda nulo si cualquier miembro de una unidad familiar se ha inscrito previamente como Consultor, y que la cuenta original todavía está activa.

#### 4.10 Corporaciones, sociedades, fideicomisos, propietarios únicos y otras entidades

Para utilizar una sociedad anónima, Sociedad de Responsabilidad Limitada u otra entidad como un vehículo para tu Consultor NSP, debes:

1. Presentar una solicitud por escrito al Departamento de Servicio al Cliente de NSP, con Atención a: Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor.
2. Solicitar que NSP configure la cuenta como una corporación (o cualquier otra entidad legal, como sea el caso).
3. Proporcionar el Número de Identificación Fiscal Federal y cualquier número de impuestos estatales solicitado para esa entidad.
4. Proporcionar los artículos de la incorporación de esa entidad. Estos deben incluir el nombre o nombres de los agentes de la entidad de la corporación (debe haber nombrado por lo menos dos de estos funcionarios) y los accionistas (o miembros).
5. Incluir los nombres y firmas de cada persona con autoridad para cobrar o hacer pedidos de productos NSP en la cuenta de su entidad.
6. El número de miembros y todos los pagos de las primas, la correspondencia y la información serán procesados y tratados en el nombre de la empresa o entidad.

#### 4.11 Matrimonio del Consultor

Las parejas casadas o las parejas que viven juntas en una relación bajo la ley deben estar inscritas con una sola Membresía. La Solicitud debe estar firmada por ambas personas y se les dará un único número de identificación. Los Consultores que posteriormente se casen o cohabiten con otro Consultor deben combinar sus Membresías con la continuación de la Membresía del Consultor más antiguo y la cancelación de la Membresía del Consultor más nuevo.

#### 4.12 Divorcio del Consultor

Si los Consultores casados obtienen un divorcio, NSP seguirá tratando a los Consultores de conformidad con el Acuerdo de Membresía original hasta el momento en que NSP reciba notificación por escrito de ambas partes, o la documentación oficial de la corte, indicando lo contrario. La notificación por escrito deberá venir en forma de un documento de Actualización de

Información de Cuenta y Negocio NSP (que se encuentra en el sitio web corporativo) y debe ser firmado por todas las partes y luego notariado. Para más ayuda, favor de contactar a Servicio al Cliente o el Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP.

#### 4.13 Muerte del Consultor

En el caso de fallecimiento de un Consultor, la Membresía puede ser transmitida por la voluntad o las leyes de sucesión intestada a los herederos de los Consultores. El certificado de defunción, una copia certificada del testamento u orden judicial, así como una nueva Solicitud de Consultor en el nombre del nuevo Consultor que reciba la Consultor, deben enviarse al Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP. NSP también proporciona un formulario llamado “Beneficiario de Cuenta” para ayudar proactivamente en este asunto (ver la página web corporativa).

#### 4.14 Cambios de Cuenta del Consultor

Hacer cambios a la cuenta, por ej., añadir o borrar un nombre, el nombre de un nuevo negocio, beneficiario, cambio de pertenencia, etc., requiere llenar un formulario de NSP que podrás encontrar en el sitio web corporativo. Para más ayuda, contacta Servicio al Cliente de NSP. Los formularios completados, incluyendo las firmas y notariar según se requiera, deben ser presentados al Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP.

#### 4.15 Transferencia de Membresía por Venta

No se permite la venta parcial o la división de un grupo. Sin embargo, un Consultor puede vender su Membresía de NSP, sujeto a la aprobación previa por escrito de NSP. NSP proporciona el formulario de “Aplicación de Transferencia de Cuenta NSP” para este fin (que se encuentra en el sitio web corporativo). Los formularios completamente llenados, incluyendo las firmas y la certificación notarial que se requiera, deben enviarse al Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP. El vendedor debe notificar a su Patrocinador de la venta.

Los términos y condiciones del Acuerdo de Membresía siguen vigentes, independientemente de los cambios organizativos debidos a la venta de una Membresía de NSP.

**NOTA:** Cualquier Consultor activo que desee adquirir un interés en el negocio de otro Consultor debe terminar primero la Membresía existente del comprador y dejar de funcionar de cualquier manera como Consultor de NSP, incluida la compra de productos por un período de al menos seis (6) meses. El comprador debe volver a presentar una solicitud como Consultor en la Membresía recién adquirida mediante la presentación de una nueva Solicitud de Consultor y el artículo de incorporación o asociación, que debe ser aceptado por NSP. NSP se reserva el derecho de denegar la transferencia de cualquier Membresía de NSP por cualquier motivo o sin motivo.

#### 4.16 Transferencia de Membresía por Testamento

El negocio de un Consultor puede ser transferido por medio de un testamento. Se debe completar todos los pasos de preparación legal para asegurarse de que la transferencia cumpla con los requisitos de NSP y con las leyes que se apliquen. El sucesor o sucesores adquieren el derecho de las comisiones de Consultores del grupo, pero también necesitan alcanzar las metas de puntaje de PV y de liderazgo, y deben conducir el negocio de acuerdo a las Políticas de NSP, al Acuerdo de Membresía, a la Solicitud de Consultor y el Plan de Compensación.

#### 4.17 Reconocimiento y Beneficios por Cuentas con Cambio de Propiedad

NSP ofrece a los titulares de cuentas muchos beneficios basados en rango. Algunos elementos de reconocimiento y premios están diseñados para honrar sólo a los que originalmente desarrollaron el negocio. Esta distinción se hace cada vez que ocurre un cambio en la titularidad de una cuenta NSP establecida.

Una persona que gana cualquier tipo de participación en una cuenta NSP establecida será designada como “titular de la cuenta heredada”. Las cuentas

heredadas no son diferentes de cualquier otra cuenta NSP, excepto que los titulares de las cuentas heredadas obtienen reconocimiento publicado y en el escenario por separado de NSP propietarios de la cuenta. Los titulares de cuentas heredadas pueden recibir avance de rango y reconocimiento adicional a medida que crecen sus grupos sujetos a los requisitos de calificación establecidos en el Plan de Compensación y publicados de vez en cuando por NSP.

#### 4.18 Elegibilidad de Eventos

NSP organiza muchos eventos de manera regular, incluyendo algunos que están abiertos a todos los que deseen asistir y otros que son solo por invitación. Estos incluyen la Convención Nacional y el viaje My Passport, etc. Los Consultores elegibles pueden asistir a muchos de estos eventos, mediante el cumplimiento de diversas actividades comerciales, como se define cada año como parte de los programas de incentivos anuales.

Para ser elegible para recibir y participar en cualquier evento, un Consultor debe estar en buenos terminos con la Compañía, promoviendo activamente los productos NSP, particularmente en relación con el cumplimiento de las Políticas. Ejemplos de esto incluyen la comercialización adecuada de productos NSP de acuerdo con las pautas de comercialización NSP, no reclutar a Consultores NSP de otras líneas, no reclutar Consultores NSP para otras compañías de MLM / Venta Directa, etc. Todos los Consultores deben participar en cada evento que puedan asistir.

Todos los Consultores deben apoyar eventos corporativos patrocinados y reuniones de capacitación dentro de su región geográfica, incluidas conferencias telefónicas, seminarios web, capacitaciones semanales de educación, etc., a través de asistencia personal y alentando la participación de su línea de éxito, para desarrollar sus habilidades comerciales y conocimiento del producto, y aprender del equipo corporativo y otros Consultores.

## SECCIÓN 5

### OPERACIÓN DEL NEGOCIO

#### 5.1 Comportamiento Ético

Cada Consultor debe cumplir con el Código de Ética de NSP, estas Políticas, con la Solicitud de Consultor, el Plan de Compensación, con todas las obligaciones contractuales y del Estado, las leyes estadounidenses federales y otras leyes extranjeras aplicables.

NSP no tolerará la actividad no ética de un Consultor. NSP puede interceder cuando se descubre o se informó del comportamiento no ético. NSP se reserva el derecho de utilizar su mejor juicio y discreción para establecer si una determinada actividad del Consultor no es ética.

Cualquier incumplimiento o violación de estas Políticas pueden considerarse no ético. Cualquier acción que pueda causar que NSP o sus Consultores pierdan la reputación o que sea perjudicial para los negocios NSP, será considerado una práctica comercial no ética y será motivo de medidas disciplinarias, incluyendo la revocación de la Membresía.

#### 5.2 No Pactos Parasociales (acuerdos paralelos)

No habrán acuerdos orales o escritos entre un Consultor y cualquier otra persona, incluidos entre otros, Consultores actuales o antiguos Consultores con respecto a la reventa de productos de NSP u otros aspectos de su negocio, aparte del Acuerdo de Membresía. Esto incluye pero no se limita a los acuerdos o arreglos relacionados con el envío directo, tiendas, “franquicias” o acuerdos similares, ofertas de “oportunidades de negocios”, ubicaciones en centros comerciales o centros comerciales (carritos, quioscos, etc.), territorios asignados, efectivo, penalidades u otras consideraciones para configurar dichas ubicaciones, comprar productos NSP o almacenar en dichos lugares.

NSP no hará cumplir ni adjudicar Solicitudes separados o secundarios entre los Consultores, considerando dicho acuerdo válido, y puede terminar o de otra manera disciplinar a los Consultores para entrar en ese tipo de acuerdos.

### 5.3 Estatus de Contratista Independiente

Cada Consultor es un contratista independiente de NSP. Los Consultores no son empleados, agentes, socios, empresas conjuntas o representantes de NSP, su patrocinador o de cualquier otro Consultor. Los Consultores no tienen derecho a reclamar el desempleo o la remuneración de trabajador como consecuencia de haber sido o ser un Consultor. Ningún Consultor está autorizado para actuar en nombre de NSP, o para obligar legalmente a NSP, a su Patrocinador o cualquier otro Consultor o individuo.

### 5.4 Privacidad y manejo de información de identificación personal en su empresa NSP.

La información de identificación personal (“IIP”) es información que lo identifica o le permite contactar a un individuo. Incluye nombres de clientes, clientes potenciales, Consultores y futuros Consultores, direcciones de correo electrónico, números de teléfono, datos de tarjetas de pago y números de identificación del gobierno y otra información asociada con estos detalles. NSP recopila, usa y comparte la IIP de los Consultores, clientes y prospectos de acuerdo con nuestra Declaración de Privacidad publicada en [www.naturessunshine.com/us/general/privacystatement/](http://www.naturessunshine.com/us/general/privacystatement/). Debido a la naturaleza única del mercadeo en red, es probable que reciba una IIP de nosotros o directamente de otros Consultores, clientes y Consultores prospectivos. Recopile solo la información personal que necesita. Es su responsabilidad mantener la seguridad de toda IIP que reciba. Debe triturar o eliminar irreversiblemente la IIP una vez que ya no la necesite. La ley puede exigirle que notifique al cliente y, en algunos casos, a los reguladores en caso de violación de datos. No puede compartir, vender o intercambiar IIP con terceros o para terceros con fines de mercadeo directo, y solo puede utilizar y compartir IIP con el fin de proporcionar productos y servicios de NSP a sus Consultores, clientes y posibles clientes de su línea descendente, y ejecutar su propio negocio independiente de NSP. El IIP no se puede compartir para fines distintos a los que le ha notificado al cliente. La recopilación, el procesamiento, el uso y la transferencia de IIP están altamente regulados y debe cumplir con todas las leyes vigentes de privacidad y protección de datos.

### 5.5 Competencia Desleal – Patrocinio Cruzado/Allanado de Grupo

Para proteger los intereses descritos en las Secciones 4.5 y 4.6 anteriores, los Consultores no pueden, directa o indirectamente, patrocinar o solicitar a otros Consultores en cualquier otra organización o grupo multinivel o de compañía de ventas directas (ej. “Cruce de Patrocinios”). Los Consultores no promoverán otra compañía o sus productos durante o en conexión con cualquier reunión o función de NSP patrocinada por o para cualquier Consultor del grupo de dicho Consultor. Esto incluye en los medios sociales y los sitios Web.

Un Consultor no puede tratar de convencer a otros Consultores a cambiar Patrocinadores o posiciones en el grupo u organización dentro de NSP (ej., “Robo de Grupos”). Los Consultores que deciden estar participando en estas actividades se revocarán sus Membresías.

### 5.6 Actividades Denigrantes o Despectivas

Los Consultores llevarán a cabo sus negocios con profesionalismo e integridad. Los Consultores no desacreditarán o desprestigiarán de ninguna manera a NSP, sus empleados o cualesquier otro Consultor. Por otra parte, los Consultores no deberán hacer declaraciones falsas o despectivas sobre la calidad del producto o de

la empresa de un competidor. Las quejas pueden dirigirse al personal apropiado de NSP. Estas disposiciones no pretenden prohibir declaraciones veraces como lo exige la ley o en respuesta a consultas de agencias gubernamentales.

### 5.7 Declaración de Mercado y de Ventas de Productos

Los Consultores y sus agentes (incluyendo influenciadores o promotores) no deberán hacer ninguna afirmación falsa o engañosa u omisión material de hechos relevantes. Los Consultores y sus agentes no deben hacer declaraciones inapropiadas, falsas o engañosas u otras tergiversaciones (aún si son verdaderas) de productos o servicios NSP, recompensas financieras, ganancias, ingresos potenciales o ventajas fiscales de Membresía. Los Consultores y sus agentes no implicarán ni afirmarán que se añadirán los productos, servicios o territorios adicionales hasta que tal hecho haya sido anunciado oficialmente por NSP a todos los Consultores.

### 5.8 Declaraciones de Respaldo Gubernamental

Los Consultores no afirmararán, sugerirán o darán a entender a las personas que los Planes de Compensación de NSP, productos NSP o Membresías son aprobados, patrocinados o respaldados por ningún fiscal general del Estado, autoridad gubernamental o agencia, u otro tercero a menos que dichas afirmaciones son verdaderas y aprobadas por NSP.

### 5.9 Exclusión de Responsabilidad

**BAJO NINGUNA CIRCUNSTANCIA NSP NI NINGUNO DE SUS CONSULTORES, ACCIONISTAS, EJECUTIVOS, DIRECTORES NI EMPLEADOS, SERÁN RESPONSABLES ANTE USTED COMO CONSULTOR (NI ANTE CUALQUIERA QUE RECLAME POR O A TRAVÉS DE USTED) POR DAÑOS O PERJUICIOS, FORTUITOS O NO, INDIRECTOS, INCIDENTALES O ESPECIALES.**

### 5.10 Ley Norteamericana sobre Prácticas Corruptas en el Extranjero

Los Consultores no deben hacer, ofrecer, prometer o autorizar cualquier pago, préstamo, regalo, donación u otra entrega de dinero o cosas de valor, directa o indirectamente, ya sea directamente o a través de sus accionistas, socios, funcionarios, empleados, agentes o representantes, ya sea en efectivo o en especie, y si es o no de conformidad con el Solicitud por escrito, o para el uso de cualquier funcionario del gobierno, o de ningún partido político o funcionario del mismo, o cualquier candidato a un cargo político, con el propósito de influir o inducir a cualquier acto oficial o decisión con el fin de promover las actividades contempladas por estas Políticas, o violar de cualquier manera la Ley Estadounidense de Prácticas Corruptas en el Extranjero o en cualquier convención, ley o reglamento que prohíba pagos ilícitos a funcionarios gubernamentales, sus agentes o instrumentos o a terceros. Una violación de esta sección será una violación material de las Políticas. Además, ningún Consultor podrá hacer negocios en cualquier país en el que NSP no ha registrado sus productos para la venta legal y transmitida a los Consultores que es oficialmente “abierto” para los negocios. Específicamente, bajo ninguna circunstancia puede cualquier Consultor hacer negocios en Cuba, Corea del Norte, Irán, Sudán o Siria. La violación de esta obligación dará lugar a su revocación.

### 5.11 Reporte de Comportamiento Corrupto

Los Consultores deben desalentar e informar con prontitud a NSP cualquier actividad que sería perjudicial para NSP, el suplemento y productos de cuidado personal industria alimenticia, o la industria de venta directa.

Un Consultor que tiene una queja específica sobre otro Consultor o tiene



conocimiento de alguna violación de estas Políticas por otro Consultor, debe dirigir tales quejas por escrito al Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP.

#### 5.12 Acusaciones Falsas

Cualquier reclamo hecho al Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP que se ha determinado como falso puede ser interpretado como un comportamiento poco ético y puede resultar en una acción disciplinaria.

#### 5.13 Impuestos

NSP no es responsable por ningún impuesto, ni ningún otro tipo de retenciones de impuestos del Consultor. Cada Consultor deberá presentar oportunamente todas las declaraciones e informes requeridos por las autoridades tributarias y pagar todos los impuestos correspondientes o relacionados a sus actividades como Consultor.

#### 5.14 No venta/compra de Clientes Potenciales

NSP prohíbe a los Consultores la venta de clientes potenciales a otros Consultores y la compra de clientes potenciales de terceros.

## SECCIÓN 6

### RESPONSABILIDADES DE PATROCINIO

#### 6.1 General

- El patrocinio es una parte importante del ser Consultor, y conlleva muchos beneficios y responsabilidades. Un Consultor puede actuar como patrocinador de nuevos Consultores si el Patrocinador está en buenos términos con NSP.
- Un nuevo Consultor tiene el derecho de escoger su patrocinador y tener a dicho patrocinador listado en la Solicitud de Consultor.
- NSP no mediará disputas resultantes de uno o más individuos que contactan al mismo Consultor prospectivo.
- Si más de un Consultor reclama el patrocinio de la misma persona, NSP reconocerá el patrocinio que se detalla en el primer formulario de Solicitud de Consultor firmado, completo, aceptado y recibido por la Oficina Central.
- La Solicitud de Consultor firmada protegerá la relación de Patrocinador/ Consultor.

#### 6.2 Responsabilidades con Posibles Consultores

Un patrocinador debe indicar claramente a los Consultores prospectivos, en todas las presentaciones, que no hay compensación pagada a ningún Consultor únicamente por patrocinar nuevos Consultores. Cada comisión está vinculada a una compra individual. Un patrocinador también debe indicar claramente que todas las compras de productos son voluntarias, y que se desalienta el incurrir en deudas para buscar la oportunidad del negocio NSP.

#### 6.3 Cambio de Patrocinio

NSP desalienta cualquier cambio de Patrocinadores. La única manera de que un Consultor cambie patrocinadores es con la dimisión o revocación de la cuenta del Consultor escribiendo una carta al Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor pidiendo la dimisión o cese. El Consultor debe esperar seis meses a partir de la fecha de la renuncia para solicitar la Membresía bajo un nuevo patrocinador. Durante este período de espera, el Consultor debe cesar toda participación de actividades en NSP, incluyendo la asistencia a todas las reuniones, y la compra y reventa de los productos NSP.

Un Consultor cuya cuenta ha pasado la fecha de vencimiento anual puede volver a inscribirse inmediatamente, siempre y cuando ninguna actividad se ha realizado en la cuenta en el mes antes del vencimiento y en el mes de vencimiento.

Si no ha habido actividad en la cuenta en el mes anterior y durante el mes de vencimiento, el Consultor podrá volver a aplicar 30 días después del vencimiento, siempre y cuando no haya más actividad durante ese tiempo.

#### 6.4 No Compra de Inventario Estático

Los Consultores no deberán alentar a su grupo ni a ningún otro Consultor a hacer compras innecesarias de productos que puedan resultar en un inventario excesivo y estático. A esto se le llama compra de inventario estático por adelantado y se refiere a la compra de productos que son almacenados, destruidos o desechados sin ser consumidos o vendidos por un Consultor. NSP espera que ese producto sea consumido—no simplemente comprado y almacenado. Los Consultores deberán consumir sus productos o venderlos a personas que sí los consumirán.

#### 6.5 No Acaparamiento

La práctica llamada acaparamiento (stacking) está prohibida. El acaparamiento se define como el uso de una o más Consultores o una o más personas en el grupo de un Consultor que aparentemente venden productos ostensiblemente y reciben descuentos y comisiones basados en dichas ventas, pero que, en realidad, no son responsables de la venta de dichos productos; o varios miembros de una familia en el mismo domicilio que se patrocinan mutuamente y de esta manera se unen a la organización para manipular fraudulentamente el sistema de comisiones y descuentos. Los Consultores no pueden tener más de una cuenta NSP. Los participantes no deben reportar falsamente ventas de otros como si fueran suyas. El acaparamiento está contra la ley, y si se encuentra evidencia de esta práctica o que se tienen Consultores ficticios, la Membresía será revocada inmediatamente por dichos causales.

6.6 Los Consultores no podrán patrocinar ni endosar a los empleados de la compañía ni a la familia y los parientes de los mismos.

Un Consultor no deberá solicitar o patrocinar a empleados de NSP, Synergy o a los miembros de la familia o parientes de tales empleados para que sean Consultores, ni debe solicitar que provean endoso alguno de materiales que NO sean producidos por NSP o Synergy. A ninguno de los oficiales corporativos de NSP o Synergy, empleados, proveedores de productos, agentes, representantes, consultores, miembros de la familia, o parientes de tales, se les permitirá ser Consultores, o formar grupos/ organizaciones dentro de NSP y/o Synergy. Para los efectos de este párrafo, “familia y parientes” se refiere a todos los parientes de sangre y sus cónyuges/parejas, así como a los familiares similares por matrimonio, sin importar que la persona o personas resida(n) o no con el funcionario, empleado, proveedor de productos, agente, representante o consultor. Un ejemplo de esto sería los abuelos, padres, hermanos, hijos, nietos y sus cónyuges/parejas, así como “familia política” del mismo tipo.

#### 6.7 Competencia de Empleo

Un Consultor no puede ser empleado de otra compañía multinivel o de ventas directas. Cualquier Consultor que se encuentre en plena violación de este punto está sujeto a una cesantía inmediata.

#### 6.8 No solicitud de Miembros de Synergy

Synergy Worldwide (Synergy) es una subsidiaria de propiedad absoluta de NSP. Para proteger la integridad de nuestros planes de compensación separados y las

organizaciones originales de multinivel, es imperativo que los Miembros/Consultores ambas compañías tengan prohibido patrocinar o reclutar a Miembros/ Consultores de una u otra compañía. Ningún Consultor de NSP puede solicitar inscripción, directa o indirectamente, a ningún Miembro del Equipo Synergy. Ni un Consultor de NSP, ni el cónyuge de un Consultor de NSP pueden inscribirse en Synergy como miembro del equipo de Synergy. Además, los Consultores de NSP no deben desacreditar ni tergiversar los planes, negocios o planes de compensación de NSP o Synergy.

## SECCIÓN 7

### RESPONSABILIDAD DE VENTAS

#### 7.1 Pago de Producto

Ningún dinero debe ser pagado o aceptado por cualquier Patrocinador, excepto en el momento de la entrega del producto. Los Consultores no deben adelantar dinero a cualquier Patrocinador o, ni deben mantener el dinero en depósito en previsión de futuras entregas.

#### 7.2 Ventas de Producto en California

Ciertos productos de NSP no pueden ser vendidos a los consumidores de California a menos que NSP haya etiquetado el producto para el mercado de California. Debido a la complejidad y la singularidad de las leyes de California, como la Proposición 65, NSP insta a todos los Consultores a permitir que NSP pueda cumplir con los pedidos con destino a California. Si en vez de ello el Consultor elige vender cualquier producto de NSP en California o directamente a un consumidor de California, ese Consultor es responsable del cumplimiento de todas las normas jurídicas, y el Consultor deberá indemnizar a NSP contra cualquier reclamo o responsabilidad derivados de dicha venta. Cualquier pregunta acerca de si un producto NSP está etiquetado para el mercado de California, debe ser referida al Dpto. de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP antes de realizar cualquier venta o embarque. Los pedidos realizados por los consumidores de California que son hechos por NSP, seguirán siendo responsabilidad de NSP.

#### 7.3 Ventas del Cliente

Se espera que los Consultores revendan o consuman el 70% de todos los productos comprados en NSP. Todas las ventas al por menor deben ser cuidadosamente documentadas. Todos los Consultores deben remitir todo el impuesto a las ventas necesario según lo determinado por su estado de residencia. Ningún Consultor puede vender o proporcionar productos de NSP a ninguna persona con el propósito de que dicha persona revenda productos de NSP. Los Consultores no deben vender a ninguna persona ninguna cantidad mayor de productos NSP a la que generalmente compra una persona para uso personal.

NOTA: NSP auditará a los Consultores para las ventas minoristas y para el cumplimiento de estas Políticas. En caso de que un Consultor se niegue a cooperar de manera inmediata y completa con una auditoría de NSP, como lo puede iniciar NSP de vez en cuando, el Consultor reconoce que un Consultor puede estar sujeto a medidas disciplinarias, de conformidad con la Sección 15.1.

#### 7.4 Regulación de Intercambio o “Regla de Enfriamiento” de los EE.UU.

La Regla de Regulación Comercial en 16 C.F.R. La Parte 433, conocida como la “Regla de enfriamiento” está diseñada para dar al cliente la oportunidad de reconsiderar una compra de un vendedor directo bajo ciertas circunstancias. Bajo esta Regla, el comprador puede cancelar la venta dentro de los tres (3) días hábiles si el comprador decide que los productos no son deseados, no son necesarios o no son asequibles. El comprador no necesita dar la razón. Todo lo que el cliente debe hacer es cancelar la venta dentro de los tres (3) días hábiles. Después de la

cancelación, los Consultores deben cancelar o reembolsar el pago del cliente dentro de los diez (10) días. Visite el sitio web de la Comisión Federal de Comercio (FTC) para obtener más detalles sobre el cumplimiento de esta regla.

## SECCIÓN 8

### POLÍTICA DE CONTABILIDAD

#### 8.1 Balances en Crédito

Si una cuenta abierta de Membresía tiene un balance en crédito a favor del Consultor y la identidad, estado o locación presente del dueño de la cuenta es desconocida y el balance de crédito no puede ser pagado al Consultor, o enviado al dueño aparente de la cuenta antes de que la cuenta se considere “Propiedad No Reclamada” bajo las leyes locales relevantes, entonces ese balance en crédito queda legalmente declarado como abandonado o no reclamado, y puede ser enviado al Estado de Utah o al estado que corresponda, como sea aplicable, para la prosecución relevante aplicada a los estatutos de propiedad no reclamada.

#### 8.2 Política de Devolución de Cheques

Consultores pueden usar cheques personales como método de pago de pedidos de productos y otros cobros. NSP puede usar un servicio de verificación de cheques para todos los cheques recibidos como pago de los Consultores. NSP calcula una tarifa de \$30 por cheque devuelto a la cuenta del remitente cada vez que se devuelve un cheque y factura a la Cuenta NSP del Consultor por el pedido. NSP puede, a su exclusivo criterio, rechazar la opción de aceptar cheques como pago, si alguna vez se devuelve el cheque de un Consultor. Los Consultores acuerdan que NSP puede retener o reducir el monto de los pagos de comisiones si se ha devuelto un cheque y el saldo pendiente no se ha pagado en su totalidad.

#### 8.3 Pagos de Comisiones no Reclamadas

Si existe un pago sin cobrar por comisiones u otros pagos similares sin cobrar y no ha sido cobrados antes de que la cuenta sea considerada “Propiedad no Reclamada” bajo las leyes locales relevantes, entonces el balance reembolsado se considera abandonado o no reclamado y puede ser enviado al Estado de Utah o a los estados que correspondan, como sea aplicable para la prosecución relevante a los estatutos de propiedad no reclamada.

#### 8.4 Reembolso de Cheques no Reclamados

Si existe un cheque de reembolso sin cobrar, antes de que la cantidad sea considerada “Propiedad no Reclamada” bajo las leyes locales relevantes, entonces el balance reembolsable se considera abandonado o no reclamado si no ha habido comunicación alguna de la persona a quién se le adeuda el reembolso en los siguientes seis meses. La suma abandonada o no reclamada puede ser enviada al Estado de Utah o al estado que corresponda, como sea aplicable para la prosecución relevante a los estatutos de propiedad no reclamada.

## SECCIÓN 9

### PEDIDO DE PRODUCTOS

#### 9.1 Pedidos por Teléfono

Los Consultores pueden hacer pedidos por teléfono usando una tarjeta de crédito o con cargo a su cuenta bancaria. El número telefónico del Departamento de Servicio al Cliente de NSP es 1-800-223-8225.

Cuando haga un pedido por teléfono, recuerde:

1. Calcular el costo total del pedido y el total del puntaje de PV de su pedido. El sistema computarizado de NSP le calculará estos totales automáticamente,

pero usted puede asegurarse por anticipado de que sus cantidades y las de la computadora concuerden y de que su pedido sea correcto.

2. Identificarse con su nombre y número de cuenta.
3. Indicar primero el número de stock de cada artículo, luego la cantidad. No necesitará indicar el nombre del producto, puntaje PV ni costo.
4. Si paga con cargo en su cuenta bancaria, la cantidad del cargo será la misma que el monto que le indique el representante del Departamento Servicio de Cliente (a menos que usted haya solicitado una forma especial de envío). En caso de pago con tarjeta de crédito, el nombre en la tarjeta de crédito debe ser el mismo nombre de la cuenta NSP o el nombre de la persona a la cual se está remitiendo el pedido. El portador o dueño de la cuenta NSP es últimamente el responsable de todas las transacciones hechas en su cuenta con tarjeta de crédito. Se deberá proveer también el código postal de facturación de la tarjeta de crédito. NSP llama a un centro de aprobación de tarjetas de crédito para obtener un número de autorización. Si el centro de servicio deniega la autorización a dar a NSP un número de autorización, el pedido se cancelará o se mantendrá pendiente por un periodo de tiempo hasta que usted haga otros arreglos para el pago (dentro de las 24 horas). Todos los pedidos deberán ser pagados en su totalidad antes del último día o en el último día del mes en el cual se recibió el pedido. El agente del Departamento Servicio de Cliente le dará un número de pedido. Anote el número para referencia futura. Todos los pedidos que se hayan hecho en forma apropiada son procesados 15 minutos después de haberse presentado. Si usted llama después de ese tiempo para agregar al pedido, se considerará como un pedido separado y estará sujeto a cobros adicionales separados de envío y manejo.
5. Los pedidos telefónicos no están garantizados a despachar el mismo día.
6. Los pedidos que se reciban los sábados o días feriados se despacharán el día hábil siguiente. Ningún pedido será procesado, llenado, o enviado en domingo o días feriados. El puntaje de PV de los pedidos por teléfono será acreditado en el mes en el que se efectúa el pedido, aprobado por NSP.
7. Guarde su factura para referencia en caso de preguntas o problemas. El departamento de Servicios al Cliente necesita el número del pedido para efectuar créditos por productos, reemplazos o devoluciones. (Ver Política de Devoluciones, pg. 9).

#### 9.2 Pedidos por Internet

Los Consultores pueden hacer pedidos, verificar sus totales de PV y ver su historial de pedidos por el sitio Web de NSP en [www.naturesunshine.com](http://www.naturesunshine.com). El sitio Web de NSP provee las 24-horas los 7 días de la semana acceso a las cuentas de los Consultores, la información de productos y de pedidos, sujeto a la disponibilidad del sitio Web. Se requiere tener nombre de usuario y contraseña para tener acceso a la cuenta o a los pedidos.

#### 9.3 Pedidos por Correo

Los Consultores pueden hacer pedidos por correo. El sistema computarizado de NSP compara su número de cuenta, le asigna la dirección que ya está en los registros e imprime una etiqueta de embalaje. Si su pedido se envía a una dirección diferente que la dirección a la que normalmente se envía sus pedidos, haga una anotación en la parte superior del pedido.

Verifique dos veces para asegurarse de que la información esté correcta. Mantenga una copia en su archivo. Envíe el original a:

Nature's Sunshine Products, Inc. Customer Service Department

1655 North Main Street Spanish Fork, Utah 84660

Deberá incluirse un cheque, giro postal (Money Order), o número de tarjeta

de crédito (el número de la tarjeta, fecha de vencimiento y firma), cubriendo el costo total del pedido. NSP acepta las tarjetas Visa, MasterCard, American Express y Discover. Los pedidos que se reciban sin el pago correspondiente serán devueltos. NSP deposita todos los cheques (incluso los hechos con fecha posterior o "post- fechados") en el día en que son recibidos, por lo que los cheques con fecha posterior no pueden ser aceptados. NSP tampoco acepta los cheques que entrega un banco cuando recién se abre la cuenta, ya que carecen de dirección, teléfono y nombre del dueño de la cuenta impresos en ellos. No se acepta pedidos contra futuros pagos de comisiones o descuentos y no pueden deducirse éstos.

Incluya todos los pedidos de un día en el mismo sobre. Los pedidos que se han hecho en forma apropiada normalmente se procesan y registran dentro de las 24 horas de ser recibidos, excluyendo los días sábados, domingos y feriados.

Para asegurarse de que el puntaje PV es acreditado al mes correcto, el Consultor debe asegurarse que los pedidos lleguen a la Oficina Central a más tardar el último día hábil del mes, y debe escribirse el puntaje PV deseado para el mes en todos los formularios de pedidos. NSP no es responsable por pedidos que se demoren en el correo o que no se reciban.

Todo pedido que usted haya enviado para entrega al día siguiente será procesado el mismo día que se reciba, a menos que esté incompleto o tenga errores. Igualmente no se puede asegurar el despacho o envío el mismo día.

La correspondencia común para la Oficina Central debe enviarse en otro sobre, separado de cualquier pedido.

#### 9.4 Pedidos por Fax

Los Consultores también pueden hacer pedidos por fax al 1-800- 472-9328. Cuando haga su pedido por fax use directamente el formulario estándar de NSP, el mismo que usa con sus pedidos por correo. No reduzca el tamaño del formulario.

Los pedidos por fax se pagan sólo mediante tarjeta de crédito o cargo en cuenta bancaria. No se aceptará o procesará el pedido hasta que se reciba el pago.

Tome en cuenta que las confirmaciones de transmisión del fax no garantizan la legibilidad. Los representantes de Servicio al Cliente o Pedidos no pueden confirmar haber recibido los faxes.

#### 9.5 Calendario y Horario de Pedidos

De lunes a viernes: 6:00 a.m. a 6:30 p.m. (Hora de Montaña).

#### 9.6 Productos Descontinuados (NLA)

Ocasionalmente se hace necesario discontinuar un producto en particular. Los productos que se identifiquen como "descontinuados" no serán facturados y el Consultor recibirá un reembolso en el próximo pago por descuento/de comisión, o un crédito a su tarjeta de crédito que utilizó al momento de hacer su pedido.

NOTA: No se aceptan devoluciones de productos descontinuados del inventario (NLA) de un Consultor.

#### 9.7 Pagos vía Giro (Retiro) Bancario

Consultores pueden usar un giro bancario como método de pago con la aprobación previa de NSP. Este método permite a NSP extraer fondos directamente de la cuenta corriente del Consultor. Los formularios de solicitud para el método de pago de giro bancario se pueden obtener en el sitio web corporativo de NSP o se pueden solicitar al Servicio al Cliente de NSP. El Consultor debe firmar la solicitud y devolverla a NSP con un cheque anulado adjunto. NSP puede solicitar información adicional una vez que se haya recibido la solicitud.

NSP evalúa una tarifa de \$ 30 para el Consultor si el pago del giro bancario se

rechaza / devuelve. NSP luego facturará a la cuenta del Consultor el monto pendiente hasta que se pague en su totalidad. NSP puede, a su exclusivo criterio, rechazar la opción de giro bancario si el giro bancario del Consultor alguna vez se rechaza / devuelve. Consultores acuerdan que NSP puede retener o reducir la cantidad de comisiones pagadas si un giro bancario ha sido rechazado / devuelto y la cantidad pendiente no ha sido pagada en su totalidad.

## SECCIÓN 10

### ENVÍO

#### 10.1 Métodos de Envío

A menos que lo especifique de otra manera, NSP mantiene Solicitud con UPS para los pedidos que pesan más de 1 libra, despachándose mediante UPS regular, terrestre. Como UPS no puede remitir a casillas de correo, se necesita la dirección con calle y número. Si las circunstancias no permiten el envío a dicha dirección, NSP puede remitir su pedido vía parcela postal (Parcel Post), mediante el servicio de correos de los Estados Unidos. NSP envía a Puerto Rico y las Islas Vírgenes por Priority Mail del Servicio Postal. Los pedidos a Alaska y Hawái son enviados por el método llamado Puente Internacional (Internacional Bridge). Los pedidos cuyo peso es menor de 1 libra serán enviados por medio de Mail Innovations. Estos pedidos serán enviados por medio del Servicio Postal de los EUA. Esto puede resultar en un aumento del tiempo de tránsito.

Si se requiere un método más rápido, por un costo adicional se puede despachar mediante el método de etiqueta azul de UPS (“blue label” o entrega garantizada dentro de dos días), etiqueta roja (“red label”, entrega dentro de un día) o Federal Express (vía aérea, entrega al día siguiente). El costo de dicho servicio depende del peso del pedido embalado y la distancia a la que se remitirá.

NOTA: Si NSP completa un despacho UPS mediante etiqueta azul o roja a tiempo, pero UPS se demora en el envío, NSP no puede reembolsar el costo especial al Consultor porque UPS no ofrece reembolsos a NSP.

#### 10.2 Arreglos Especiales de Envío

Las solicitudes de recojo de pedido en los almacenes de NSP o las instrucciones especiales de envío se deben hacer en el comienzo del pedido por teléfono, o estar impresos en letras fácilmente visibles en los pedidos por correo. La mitad de la tarifa de envío y manejo aplicable se destina a todos los pedidos recogidos. Los pedidos que suman \$0-99.99 tienen un cargo de \$4.00 dólares de manejo. Los pedidos de \$100 o más tienen un cargo de \$4.50.

Permita que transcurran 24 horas antes de apersonarse a recoger su pedido directamente de los almacenes de NSP. Todo pedido que es recogido directamente de los Almacenes de NSP deberá ser pagado al momento de hacerse el pedido.

Los cargos adicionales por despachos especiales son responsabilidad de la cuenta que hace el pedido.

Cuando hace un pedido para terceros (un pedido que se debe despachar a una dirección diferente a la que aparece en su cuenta), se debe incluir el número de teléfono con código de área de dicha persona para que se le notifique la llegada del envío.

Todo tipo de paquete que requiera un embalaje especial a solicitud del comprador, incurrirá en un costo de manejo adicional.

#### 10.3 Cambio de Dirección de Envío

Los Consultores que se mudan deberán notificar con prontitud a NSP su nueva dirección, sea por correo, e-mail o por teléfono. Los cambios permanentes de dirección no pueden ser efectuados con una anotación en el formulario de pedido. Todos los cambios de dirección enviados por correo deberán ser presentados en

forma separada, a la atención del Departamento de Servicio de Cliente. Para cambiar la dirección por teléfono, contacte a Servicio al Cliente. Para garantizar el envío apropiado de producto después de un cambio de dirección, deberá notificarlo a NSP con dos semanas de anticipación.

#### 10.4 Pedidos Perdidos

Los envíos por despachos terrestres vía UPS no pueden considerarse “perdidos” sino hasta el quinto día hábil después de despacharse el pedido. Si han transcurrido cinco días hábiles y el pedido no se ha recibido, NSP puede hacer seguimiento del pedido. Después de verificar que el pedido haya sido devuelto o se haya perdido, NSP puede volver a remitirlo o devolver el dinero.

#### 10.5 Seguimiento del Pedido

No se puede hacer seguimiento de un paquete enviado por correo (Parcel Post). Después de transcurridos 30 días hábiles desde que se remitió inicialmente, NSP tratará de verificar si el correo nos lo ha devuelto. Sólo entonces volveremos a remitirlo.

No se puede efectuar el seguimiento de despachos efectuados mediante Priority Mail y no se volverán a despachar sino hasta después de transcurridos 15 días hábiles.

En caso de emergencia, NSP puede enviar y cobrar un pedido duplicado antes del proceso de seguimiento. Se aplicará el crédito correspondiente en el pedido original cuando éste sea devuelto a la Oficina Central.

Ni NSP ni los proveedores de los medios de envío que utiliza son responsables por las demoras del embarque del producto causadas por circunstancias fuera de su control razonable, incluyendo las interrupciones o demoras por causa de guerras, ataques terroristas o por desastres naturales.

#### 10.6 Pedidos Pendientes

Los productos que no estén disponibles al momento de efectuar el despacho de un pedido, quedarán pendientes. Esto se indica con las letras “B.O.” (Back Order) en la boleta de despacho. Tan pronto como estén disponibles, los productos se remitirán por separado. Los pedidos pendientes se facturan junto con el pedido original.

#### 10.7 Cargos de Manejo y Envío

Total de Pedido	Pedidos por Internet	Tele/Correo/Fax
\$0-99.99	\$8.45	\$9.95
\$100-149.99	\$9.95	\$12.45
\$150+	GRATIS	GRATIS

Envío apresurado es un cargo extra

NOTA: Los cargos de envío pueden cambiar en cualquier momento.

## SECCIÓN 11

### DEVOLUCIÓN DE PRODUCTO

#### 11.1 Garantía del Producto – 100% de Satisfacción

La calidad del producto NSP está garantizada. Si, después de comprar un producto de NSP de un vendedor autorizado, un cliente minorista determina que éste no es satisfactorio, el cliente debe devolverlo a su Consultor de NSP para su reemplazo, crédito o un reembolso completo. Esta garantía se aplica solo a los productos que no han sido mal utilizados, dañados intencionalmente o descontinuados, están desactualizados o no han sido adquiridos a un vendedor no autorizado, que no está sujeto a las normas de control de calidad de NSP.

El objetivo de NSP es la satisfacción del cliente. Si, por cualquier motivo, un cliente no está 100% satisfecho con un producto de NSP, los Consultores deben aceptar cortésmente cualquier parte no utilizada del producto y luego devolverlo a NSP dentro de los 90 días de la fecha de compra a NSP para un reembolso/ reemplazo, según los Procedimientos de devolución de productos de NSP indicados a continuación. Los Consultores deben otorgar al cliente de manera rápida y profesional un reembolso completo o un producto de reemplazo. Sujeto a los Procedimientos de devolución del producto a continuación, el crédito de NSP se calculará al 100% del precio pagado en la compra menos cualquier comisión pagada por el producto.

### 11.2 Procedimiento de Devolución de Producto

Todas las devoluciones deben ser autorizadas por adelantado por el Departamento de Servicio al Cliente. Llame al 1-800-223- 8225 para establecer una devolución. Todos los números de pedido deben estar claramente marcados en el exterior de cualquier paquete que se devuelva a NSP. Las cajas devueltas a NSP sin un número de pedido visible no calificarán para un reembolso y no pueden devolverse al remitente. Los números de pedido son su comprobante de compra y le brindan a usted, el Consultor, el derecho potencial de devolver productos. Guarde todas las facturas como referencia durante al menos un año, ya que los números de pedido y los números de lote originales son necesarios para todas las devoluciones. Los productos remanentes u obsoletos no pueden devolverse para obtener crédito. Los productos promocionales por temporadas, discontinuados o especiales no son reembolsables.

Si NSP recibe una devolución que no ha sido autorizada, los productos serán descartados y no se otorgará ningún crédito. Las devoluciones autorizadas deben enviarse solo al almacén de Utah. Todo producto que se devuelva debe tener un número de lote de 12 meses a partir de la fecha de compra de NSP. Los Consultores pueden, a su propia discreción, aplicar una política de devolución de su elección a sus clientes siempre que dicha política no proteja menos a los consumidores que la política de NSP.

### 11.3 Productos Defectuosos o Dañados

Los Consultores deben inspeccionar todos los productos antes de la venta para detectar daños, sellos rotos, evidencia de manipulación u otros defectos. Si un producto es defectuoso o está dañado, el Consultor debe reportar el defecto o daño a NSP y el producto puede ser devuelto dentro de los 90 días de la compra de NSP para su crédito o reemplazo. El crédito se calculará al 100%. NSP reembolsará a un Consultor los costos de envío incurridos por el producto devuelto. Todas las devoluciones deben efectuarse con flete prepago. Los reembolsos de las devoluciones serán acreditados a la tarjeta de crédito usada al momento de la compra. Los pagos efectuados con cheque o efectivo serán reembolsados por medio de crédito a la cuenta del Consultor. Si el producto se está devolviendo por ser defectuoso o haber sido dañado durante el tránsito o hay un error por parte de NSP, el participante será reembolsado por el costo del flete, siempre que lo haya autorizado Servicios al Cliente.

Nota: NSP se reserva el derecho de rehusar otorgar un crédito o devolución si se sospecha fraude o abuso de las Políticas de NSP.

### 11.4 Revocación de Cuenta – Procedimiento de Readquisición de Producto

Los Consultores pueden cancelar su relación con NSP en cualquier momento por cualquier razón, dando a NSP su indicación escrita con por lo menos 30 días de anticipación de su intención de discontinuar su negocio. Cuando un Consultor renuncia o hace cesar su Membresía, la compañía puede readquirir los productos del que renuncia, de acuerdo a la “Regla del 70%”. \*

#### LA REGLA DE 70%

La devolución máxima permitida es de 100% por el último pedido hecho, y hasta

30% del pedido realizado antes que éste. Se espera que el 70% de los productos adquiridos hayan sido vendidos a consumidores que no participan en la Membresía o consumidos personalmente antes de volver a hacer otro pedido. No se autorizará ninguna devolución de productos de pedidos anteriores.

Se acreditará a un promedio de 90% del precio de compra, menos los descuentos y comisiones pagadas. Todas las devoluciones deberán ser autorizadas previamente por Servicios al Cliente de no ser así, se seguirán los procesos para devolución de productos. Dichas devoluciones realizadas apropiadamente serán procesadas dentro de los 10 días de haberlas recibido.

Todo producto devuelto deberá contar con que el número de lote sea menor a los 12 meses de la fecha de su compra a NSP. Esta regla concierne sólo a las devoluciones de inventario y no incluyen las devoluciones regulares hechas por clientes insatisfechos con el producto de NSP, o por defecto o daño del mismo.

#### \*EXCEPCIONES:

Los siguientes procedimientos de readquisición se aplican a los Consultores de los estados mencionados a continuación:

**GEORGIA:** De acuerdo a las Políticas de NSP, en el momento de una revocación de Membresía, NSP podrá readquirir todo producto libre de gravámenes y en condiciones de resellado razonables a un 90% del precio neto original adquirido por el Consultor. Sin embargo, NSP puede rehusar la compra de productos discontinuados, de estación, si se determina que no pueden ser devueltos. NSP readquirirá productos discontinuados solamente si son devueltos dentro del año de compra original.

**LOUISIANA, MARYLAND, MASSACHUSETTS, PUERTO RICO**

**Y WYOMING:** Al cancelar la Membresía, de acuerdo a las Políticas y Procedimientos, NSP readquirirá a 90% del precio original pagado por el Consultor todo producto libre de gravámenes que se encuentre en buena condición de resellado para su reventa.

### 11.5 Devolución de Producto – Fallecimiento de un Consultor

En caso del fallecimiento de un Consultor, el albacea o un miembro de la familia debe llamar a Servicios al Cliente para averiguar sobre la posibilidad de devolver los productos que no se hayan utilizado. Dirección para Devoluciones Todas las devoluciones deben ser enviadas a:

Nature’s Sunshine Products, Inc.

1655 North Main Street Spanish Fork, Utah 84660

## SECCIÓN 12

### GUÍA GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN

#### 12.1 Reglas y Normas sobre la Discusión de Productos

1. Los productos NSP se venden solamente como alimentos y suplementos nutritivos. Ningún producto de NSP se vende para la prevención, cura, tratamiento o mitigación de enfermedades. Los productos de cuidado personal son para uso exclusivamente tópico cómo está indicado en la etiqueta del producto.
2. Sólo los doctores en medicina debidamente certificados pueden diagnosticar o efectuar prescripciones para el tratamiento de las enfermedades. **NO DIAGNOSTIQUE ENFERMEDADES NI PRESCRIBA NINGÚN PRODUCTO.** Nunca recomiende a nadie que discontinúe los servicios, las recomendaciones o medicaciones de cualquier doctor u otro profesional de la salud.
3. No combine las capacitaciones de la salud o de producto con las ventas y el patrocinio de nuevos Consultores en la misma reunión. Separe todos los materiales de capacitación o de instrucción de salud de las reuniones de patrocinio de nuevos Consultores y venta.

4. Motive a sus clientes y demás personas en su grupo a que estudien y aprendan a usar las hierbas y otros suplementos nutritivos.
5. NSP no permite que sus productos sean vendidos a través de organizaciones que no tienen fines de lucro. NSP es un negocio de persona a persona. La venta a través de instituciones religiosas o educativas (para el propósito de juntar fondos u otro propósito) estaría en competencia directa con los Consultores de NSP. Por ejemplo, los padres que tengan hijos que van a la misma escuela/iglesia y que todos tengan Membresía en NSP. El permitir esto se tomaría injusta ventaja de un Consultor sobre otro.
6. Los Consultores son comerciantes independientes embarcados en un negocio ético. Los Consultores deberán conducir su negocio en una manera legal, prudente y profesional.

## 12.2 Sitios de Subasta o Venta por Internet

Los Consultores no venderán ningún producto de NSP a través de ningún sitio de subastas en Internet, sitios de mercado, sitios de compras o de cumplimiento de pedidos, incluidos, entre otros, eBay®, eBay® Store, Amazon®, OverStock®.com, etc. Las disposiciones de esta Sección 12.2 sobrevivirá a la revocación (rescisión o término), cancelación o vencimiento de la Membresía de un Consultor.

## 12.3 Ventas por Catálogo

Los Consultores no venderán cualquier producto de NSP por medio de catálogo de ventas nacional o regional.

## 12.4 Tiendas de Distribución Minorista

Los Consultores no venderán cualquier producto de NSP por medio de tiendas bajo franquicia, que pertenezca o sea afiliada con una compañía cuyas acciones son mercadeadas públicamente, sean una cadena nacional o regional o una tienda de ventas al por mayor, o tienda o almacén de provisión (tales como GNC, Albertsons, Thrifty, Longs, etc).

Los Consultores pueden establecer un establecimiento minorista donde lo deseen dentro del país de su Membresía. Los Consultores que operan un sitio de tiendas al por menor o en locales de ventas pueden vender a cualquier cliente de dicha tienda o sitio, sin importar donde reside el cliente en los EE.UU. NSP no proporciona consejos o recomendaciones o de otra manera se involucra en las decisiones sobre la ubicación de las tiendas minoristas o quioscos.

Las Membresías operadas a través de tiendas minoristas o quioscos también deben proporcionar a los clientes interesados la oportunidad de convertirse en Consultores.

## 12.5 Cuidado del producto y controles de calidad

Los Consultores deben cumplir con todas las instrucciones proporcionadas por NSP con respecto al cuidado, almacenamiento y manejo apropiados de los productos. Los Consultores deben inspeccionar regularmente el inventario de los productos que están vencidos o que expirarán dentro de los 90 días y no venderán dichos productos. Los productos deben ser vendidos en su embalaje original. Los Consultores no deben volver a etiquetar o reenvasar los productos (incluso separando los paquetes de productos o los productos agrupados). Los productos no deben ser alterados o diluidos de ninguna manera. Los Consultores no eliminarán, traducirán ni modificarán el contenido de ninguna etiqueta o literatura que acompañe a los productos o que trate de los mismos, a menos que NSP lo indique por escrito. Los Consultores no deben eliminar, desfigurar ni modificar ningún número de serie, código UPC, código de lote o numeración de lote, u otra información de identificación de productos o empaques. Los Consultores

cooperarán con NSP en la investigación y resolución de cualquier problema de calidad o de servicio al cliente relacionado con las ventas de productos de NSP, incluida la divulgación de información sobre las fuentes, el envío y el manejo de los productos.

## 12.6 Servicio al Cliente

Los Consultores deben proporcionar su información de contacto actual a sus clientes y comunicarle a sus clientes que están disponibles para responder preguntas e inquietudes de los clientes antes y después de la venta de los productos. Los Consultores deben responder a cualquier pregunta o inquietud de sus clientes relacionada con la información del producto u otras consultas. Los Consultores deben, en cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables, consultar sus materiales, consultar y utilizar las herramientas educativas disponibles, o comunicarse directamente con NSP para responder a las preguntas o inquietudes de los clientes.

## 12.7 Seguridad del consumidor y Retiro de Productos.

Los Consultores cooperarán con NSP con respecto a cualquier retiro de productos u otros esfuerzos de difusión de información de seguridad del consumidor.

# SECCIÓN 13

## PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS NSP

### 13.1 Normas Generales de Publicidad

NSP ha adoptado la siguiente política para la publicidad de los productos NSP por sus Consultores. Si NSP determina que un producto de NSP fue anunciado por un Consultor contraviniendo de esta política, o si de alguna forma que NSP sienta que, según su sola discreción, no sirve para el mejor interés de NSP, NSP puede elegir no continuar sufriendo productos a tal Consultor. Esta es una política corporativa de NSP y ningún Consultor está autorizado para interpretarla o deslindarse de ella.

### 13.2 Identificación del Consultor

Cuando haga publicidad a su negocio y los productos NSP, el Consultor debe identificar su negocio o a sí mismo(a) como independiente de NSP. Un Consultor debe identificarse siguiendo el siguiente formato: "Juan Zutano o Juana Mengana, Consultora Independiente de Nature's Sunshine Products".

Todo Consultor deberá identificar su número telefónico gratuito como de Consultor Independiente de NSP y no directamente como NSP, ni conllevará a los que llamen a creer que están llamando a la Oficina Central de NSP. Los Consultores pueden usar el logotipo de Consultor Independiente, siendo previsto que este logotipo podrá ser usado solamente con productos de NSP y no con cualquier otro producto o servicio de la competencia.

### 13.3 Usos No Medicinales

Un Consultor deberá asegurarse de que los anuncios comerciales no atribuirán los usos medicinales de las hierbas de NSP u otros suplementos nutritivos.

### 13.4 Propiedad Intelectual NSP

Los nombres comerciales, las marcas comerciales y las marcas de servicio de NSP son activos comerciales importantes y valiosos. Ayudan a identificar la fuente y la reputación de los productos y servicios de NSP en todo el mundo y distinguirlos de la competencia. Por lo tanto, NSP hace todo lo posible para proteger sus marcas registradas, su logotipo corporativo, diseños de etiquetas y varios nombres de productos, excepto que se permita lo contrario en este documento, para garantizar que otros no los usen mal. NSP es el propietario único y exclusivo de todos los

derechos, títulos e intereses de todas las marcas registradas, logotipos, literatura y formularios producidos o poseídos por el Ministerio del Interior de NSP, sujeto solo a las licencias otorgadas a los Consultores en la Sección 13.5 que siguen siendo propiedad de NSP. El logotipo del Consultor Independiente de NSP se proporciona para cualquier Consultor que desee utilizar un logotipo. La literatura o los logotipos de NSP para uso publicitario pueden adquirirse del Departamento de Servicio al Cliente o descargarse del sitio web de NSP, [www.naturessunshine.com](http://www.naturessunshine.com). Los Consultores no pueden usar nombres comerciales, marcas registradas, logotipos o símbolos de NSP sin el consentimiento previo por escrito de NSP, excepto según lo permitido por la Sección 13.5. NSP no permitirá el uso de su nombre comercial (nombre de la empresa), marcas, diseños o símbolos por parte de cualquier persona, incluyendo a un Consultor, sin la previa autorización concedida por NSP. El incumplimiento de esta política puede resultar en una acción disciplinaria contra el Consultor, incluyendo la revocación de la Membresía.

### 13.5 Licencia

Los Consultores que deseen usar un logotipo de NSP deben usar el logotipo de Consultor Independiente de NSP. Sujeto al pleno cumplimiento de los términos y condiciones del Acuerdo del Membresía y esta Sección, NSP otorga a cada Consultor un derecho no transferible y no exclusivo durante el plazo del Acuerdo del Membresía para usar el Logotipo del Consultor Independiente de NSP únicamente para promocionar productos NSP y para indicar que el Consultor es un Consultor Independiente de NSP autorizado. Los Consultores no están autorizados a cambiar o modificar el logotipo del Consultor Independiente de ninguna manera. La literatura o los logotipos de NSP para uso publicitario pueden adquirirse del Departamento de Servicio al Cliente o descargarse del sitio web de NSP, [www.naturessunshine.com](http://www.naturessunshine.com).

### 13.6 Reportando Reclamos Legales

Si alguno hiciese un reclamo legal contra un Consultor como resultado del uso por éste del material para anuncios creados por NSP, dicho reclamo debe ser reportado al Departamento Legal de NSP inmediatamente.

### 13.7 Publicidad Producida por Consultores y/o Modificación de Materiales NSP por el Consultor

En la medida en que un Consultor crea algún material publicitario de forma independiente o modifica cualquier material creado por NSP, diversas leyes requieren el uso de estos materiales (denominados colectivamente como Material de Publicidad Comercial Independientemente Creada) de una manera que no infrinja o diluya los derechos de NSP o de terceros. Entre otras cosas, las leyes federales y estatales requieren que los Materiales de Publicidad Comercial Independientemente Creados se usen de una manera que no infrinja o diluya las marcas registradas o derechos de autor de NSP o de terceros, y que no haga ninguna afirmación falsa o engañosa acerca de NSP o de los productos anunciados.

El Consultor es responsable de los materiales de anuncios comerciales independientemente creados, de su forma de uso y por quién lo use. Excepto como se indica a continuación con respecto al cumplimiento de las leyes federales de publicidad, NSP se abstiene del derecho u obligación de controlar el contenido del material creado independientemente por el Consultor en cualquiera de sus presentaciones o medios de propagarlo, incluyendo la forma impresa, televisada, radial o por Internet. NSP no indemnizará a ningún Consultor contra declaraciones hechas por materiales independientemente creados que violen los derechos de terceros. Sin embargo, NSP se retiene el derecho de demandar la revisión, eliminación o abstención del uso de dichos materiales, si la Compañía considera que los materiales independientemente creados por el Consultor violan los derechos de NSP o de terceros.

Un Consultor que falla en adherirse a las demandas de NSP para cesar el uso de cualquier Material de Publicidad Comercial Independientemente Creado será sujeto a la revocación de su cuenta.

### 13.8 Reclamo de Productos

Quando se haga publicidad de productos de NSP, los Consultores no pueden hacer declaraciones inapropiadas, falsas o engañosas (incluso si son verdaderos) tal como se describe en las secciones del Código de Ética, Mercado y Publicidad encontrados en estas Políticas. NSP ha proporcionado ejemplos de declaraciones apropiadas en las etiquetas de cada producto y en los materiales de marketing producidos por NSP, incluido el folleto “¿Puedo Decir Eso? - Una Guía de Declaraciones Aceptables sobre Productos”. Se puede encontrar más información general revisando el sitio web de la Administración Estadounidense de Alimentos y Drogas (FDA, por sus siglas en inglés) en [www.fda.gov](http://www.fda.gov).

### 13.9 Materiales de Interés General Producido por NSP

NSP algunas veces prepara materiales de interés general o para propósitos educativos sobre las hierbas, productos para el cuidado de la piel e ingredientes en sus productos. Sólo los materiales de mercadeo específicamente preparados por NSP para uso particular de determinado producto NSP es patrocinado por NSP y aprobado para el uso comercial de dichos productos.

### 13.10 Telemercadeo

Cualquier Consultor que usa el teléfono para promover los productos NSP deberá acatar todas las regulaciones estatales y federales para el uso del teléfono como herramienta de mercadeo y de solictación, incluyendo la inscripción como tele mercader (telemarketer). Es la política de NSP de que todos los Consultores deberán respetar la lista federal de “no llamadas”. Los Consultores deben identificarse a sí mismos como independientes de NSP.

### 13.11 Mercadeo por Internet

1. Toda publicidad y norma de ventas bajo estas Políticas también se aplica al uso del Internet por el Consultor para vender productos de NSP o hacer propaganda o ayudar a desarrollar el negocio del Consultor, incluyendo aquellos sobre no practicar la medicina o el diagnóstico.
2. Estas Políticas, incluyendo la publicidad y normas de ventas y restricciones sobre la práctica de medicina o diagnóstico, se aplica a las comunicaciones enviadas por correo electrónico (e-mail) o cualquier otra forma o medio. El quebrantamiento de la ley puede resultar en la revocación inmediata de su Membresía en NSP con causa.
3. Al hacer publicidad por el Internet (incluyendo los sitios privados y publicidad por Internet) deberá declarar en un lugar prominentemente visible que usted es un Consultor Independiente de NSP. Para la publicidad por el Internet, esta declaración deberá ser puesta en la página inicial (Home Page) de su sitio Web.
4. NSP previene a sus Consultores de poner su número de cuenta NSP en sus sitios web; porque si un Consultor escoge poner su número de cuenta en su sitio Web, cualquiera podría ponerse en contacto con el Departamento de Servicio al Cliente de NSP y pedir información sobre su cuenta o la posible compra de productos a su nombre, o el abuso de los privilegios de su cuenta. El Consultor, no NSP, será responsable por el uso o abuso de su cuenta y las violaciones del Acuerdo de Membresía o a las Políticas que de aquí puedan ocurrir.

5. Algunos Consultores de NSP venden en sus sitios Web productos que no son de NSP. NSP deberá aparecer clara y conspicuamente en una página separada de las otras marcas para evitar la confusión sobre qué productos son exclusivos de NSP. Ninguna marca registrada de NSP deberá ser usada en ninguna página web que contenga información o anuncio comercial sobre cualquier otro producto o servicio que no sea de NSP.
6. Los Consultores no deberán registrar o usar ningún nombre de dominio (domain name) de sitio Internet o anuncio comercial que contenga cualquier marca registrada, nombre de producto, eslogan o nombre de promoción de NSP como su nombre de dominio, o que no llene los parámetros aprobados o no sea aprobado por NSP, o que simplemente tenga error gramatical o de deletreo, o que sea confusamente similar a cualquier marca registrada, nombre de producto, eslogan o nombre de promoción de NSP; no es aprobado y no puede usarse. NSP puede en cualquier momento notificar a un Consultor que un nombre de dominio no está aprobado, y el Consultor debe cerrar inmediatamente el sitio web/publicidad, cambiar el nombre de dominio y/o transferir la propiedad del nombre de dominio a NSP. De lo contrario, la Membresía quedará sujeta a la rescisión.
7. Todo Consultor deberá tener la aprobación escrita del Departamento Legal para tener un enlace (link) al sitio Web corporativo de NSP (www.naturessunshine.com). Al tener el permiso de enlace al sitio corporativo, hay una “regla de doble pulso (doble clic)”. Esta regla indica que deberá haber una página que incluye un párrafo de desligamiento de responsabilidades (que el Departamento Legal proporcionará) entre todos los enlaces del sitio Web del Consultor y el sitio Web corporativo. Está estrictamente prohibido enmarcar el sitio Web Corporativo (hacer que el sitio Web de NSP aparezca dentro del marco del URL del Consultor).
8. El sitio Web de un Consultor o el sitio Internet de anuncio publicitario no debe dar al usuario la impresión o razón alguna de hacer creer que ha llegado al sitio Web de NSP o que será dirigido al sitio Web de NSP. El sitio Web/ o anuncio comercial deberá establecer clara y conspicuamente que pertenece y es operado por un Consultor Independiente de NSP y que NSP no es responsable por cualquier declaración, omisión o representación equívoca en el sitio Web.

### 13.12 Medios y Redes Sociales

NSP reconoce que los Consultores pueden desear usar varias aplicaciones en los Medios Sociales de Comunicación (ejemplo, Blogger, Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.) como herramientas de mercado para apoyar sus esfuerzos de mercadeo. Los mensajes sobre los medios sociales tienden a ser más cortos, más frecuentes, más interactivos y muchas veces más casuales que en otro medio social de mercado. Como tal, el medio social puede llevar mayor riesgo de violar las Políticas, así como otras leyes aplicables y regulaciones. Todas las guías y restricciones sobre el mercadeo que se encuentran en las Políticas además se aplican a los mensajes a través de los medios sociales. Además, las siguientes precauciones y restricciones se aplican con respecto a su uso por los Consultores:

1. Identificación – Los números de cuenta/identificadores no deben incluir ninguna marca registrada controlada por NSP o de propiedad de NSP. Todos los perfiles/descripciones de cuenta deben presentar la identidad del Consultor y su naturaleza de Consultor Independiente de la naturaleza de su Membresía con NSP. Las descripciones de la cuenta deberán expresar claramente que la cuenta y cualquiera de las declaraciones hechas en dicha cuenta o por medio de ella, son responsabilidad única del Consultor.
2. Avatares/logotipos – Los Consultores sólo pueden usar el logotipo de “Consultor Independiente” de NSP, en relación con sus cuentas. Otro uso de propiedad intelectual perteneciente a NSP es prohibido a menos se NSP de permiso expreso por escrito.
3. Exclusividad – Las cuentas profesionales de mercadeo no deberían ser para

mensajes casuales no profesionales. No deberán usarse videos, fotos, gráficos, texto u otros mensajes que tengan naturaleza ofensiva o política, asociados con la cuenta.

4. Exactitud – Todo mensaje de cuenta e información de perfil deberá ser exacto y no deberá ser ambiguo, doloso o engañoso, sino que deberá cumplir con todos los requisitos de estas Políticas o cualquier instrucción dada por NSP.
5. Cuentas no profesionales – Si los comentarios hechos por un Consultor en una cuenta o cuentas personales no profesionales son ofensivos u objetables, a sola discreción de NSP, sea o no directamente relacionada con NSP o cualquiera de sus demás Consultores Independientes, NSP se reserva el derecho de cerrar la Membresía del Consultor para proteger los intereses y reputación de NSP.
6. Cuenta de terceros – Cuando se pone comentarios o se comenta en sitios o cuentas de medios sociales de comunicación de terceros, los Consultores deberán acatar todos los controles y restricciones ya mencionados. Tales comentarios e intercambios deberán ser en todo tiempo profesionales y apropiados.

### 13.13 Enlaces a Sitios NSP

NSP proporciona enlaces web personalizados a naturessunshine.com para Consultores interesados en mantener una presencia en línea. NSP se esfuerza por mantener estos sitios lo más actualizados posible. Sin embargo, debido a la gran cantidad de sitios, NSP no se hace responsable de los costos de programación o mantenimiento de enlaces web entre un sitio web creado personalmente y un enlace web de Consultor personalizado proporcionado por NSP. Es responsabilidad del Consultor mantener su sitio personal y cualquier enlace web a los sitios oficiales de NSP. NSP se esforzará por informar al Consultor de cualquier cambio en el sitio a medida que ocurra.

### 13.14 No se Permite Email No Solicitado (Spam)

Los Consultores están prohibidos de enviar comunicaciones de ningún tipo por e-mail sin habérseles solicitado (SPAM). Los Consultores acuerdan que no usarán listas compradas o rentadas cuando envían comunicaciones o publicidad por e-mail. El enviar fax sin habérseles solicitado también está considerado como spamming. El no acatar esta política puede resultar en una acción disciplinaria, incluyendo la revocación de la Consultor.

## SECCIÓN 14

### INACTIVIDAD Y REVOCACIÓN

#### 14.1 Renovación de Membresía

La Membresía está activa por un año a partir de la fecha de su aceptación. Antes de la fecha de vencimiento de ese año, NSP notificará al Consultor de la fecha de renovación. Para extender la Membresía por otros doce meses, el Consultor deberá pagar la cuota de renovación, o por cargo a una tarjeta de crédito por medio del sitio Web www.naturessunshine.com, a más tardar en la fecha indicada. Si no efectúa esta renovación, la cuenta quedará inactiva y bajará al estado de Cliente/ Consumidor. Cualquier crédito existente en la cuenta seguirá disponible. Una vez que un Cliente/Consumidor paga las cuotas aplicables, la cuenta volverá a recuperar el estado de Consultor. Si una cuenta inactiva escoge inscribirse nuevamente con el mismo patrocinador, se usará y renovará su número de cuenta inactivo. No se creará un número de cuenta nuevo.

NSP puede, por buena causa, rehusar renovar la Membresía, en cuyo caso enviará una nota escrita al último domicilio conocido del Consultor. Para éste propósito, buena causa incluye (pero no está limitada) a:



1. La violación de cualquier disposición de las Políticas, del Acuerdo de Membresía, la Solicitud de Consultor y/o el Plan de Compensación de NSP.
2. La conducta del Consultor (o de alguno de sus oficiales, agentes o empleados) que en cualquier forma traiga mala reputación a NSP, a sus oficiales, agentes o empleados, a los suplementos nutritivos y a la industria de productos de cuidado personal, o a la industria de las ventas directas y que, según la exclusiva discreción de NSP, sea ilegal, engañosa o defraude a NSP o a Clientes, Consultores potenciales, Consultores o cualquier otro Consultor.
3. Por la violación de cualquier ley, disposición u ordenanza.

#### 14.2 Revocación de la Membresía

NSP puede, a su sola discreción y con aviso, revocar la Membresía de cualquier Consultor que:

1. Viola cualquier provisión del Acuerdo, la Solicitud de Consultor o estas Políticas.
2. Participa en cualquier conducta que pudiera dañar de cualquier manera la reputación de NSP, de cualquiera de sus oficiales, agentes o empleados, de la reputación de los suplementos nutritivos y productos de cuidado personal o de la industria de ventas directas.
3. Viola las leyes, disposiciones u ordenanzas gubernamentales o cualquier Política, Procedimiento o norma de NSP. En la medida permitida por la ley aplicable, NSP puede también, con previo aviso, revocar la Membresía de cualquier Consultor que a través de su capacidad de Consultor inicie una acción legal o induzca o facilite a cualquier agencia de gobierno a presentar cualquier acción contra NSP, la cual NSP considera a su sola discreción que no tenga fundamento legal o base de hecho.

Cualquier Consultor puede cancelar o renunciar a su Membresía en cualquier momento enviando a NSP una carta fechada y firmada indicando su deseo de cancelar su Membresía. El Acuerdo de Membresía podrá, a menos de que sea prohibido por estatutos locales aplicables, ser interpretado bajo las leyes del Estado de Utah tal como éstas se aplican a Solicitudes completamente ejecutables en dicho Estado entre partes residentes del estado de Utah. El Consultor entiende que al cancelar su Membresía sea por el Consultor o por NSP, el Consultor no podrá recuperar ganancias futuras que pudieron haberse recibido de ventas hechas antes o después de la fecha de cancelación y que hubiere recibido si hubiese continuado siendo Consultor.

Al ser revocada su Membresía, un Consultor perderá todos los privilegios relacionados con dicha Membresía, y el derecho a recibir comisiones u otros pagos. El Consultor entiende que una vez que su Membresía queda revocada, cada una de las disposiciones de estas Políticas relacionadas con la confidencialidad, la no solicitud, la reventa de productos, incluidas las prohibiciones de ciertas ventas en línea, el arbitraje y otras disposiciones que se indican expresamente en este documento, sobrevivirán.

## SECCIÓN 15

### SOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y ACCIONES DISCIPLINARIAS

#### 15.1 Investigación y Acción Disciplinaria

NSP se reserva el derecho de realizar investigaciones sobre los Consultores y sus actividades para garantizar el cumplimiento de estas Políticas. El incumplimiento de las Políticas y Procedimientos puede llevar a una investigación y acción disciplinaria apropiada. Durante el curso de estas investigaciones, el Departamento de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP se comunicará con los Consultores involucrados y, si es necesario, emitirá una carta de investigación notificando formalmente al Consultor de una investigación. Se le notificará al Consultor en una carta de investigación los términos de la investigación, incluidos, entre otros, el período de tiempo que un Consultor debe responder a los detalles

de la investigación y las medidas disciplinarias inminentes. Cuando se envía una carta de investigación a un Consultor, la cuenta del Consultor queda suspendida. Cuando la cuenta de un Consultor queda suspendida, el Consultor no será elegible para participar en las actividades del Consultor, incluidas, entre otras, las órdenes de productos, el acceso a la oficina administrativa, la recepción de compensaciones, premios o bonificaciones de NSP, o participar en cualquier función o programa de NSP.

Al término de una investigación, se enviará una carta al Consultor para notificarle que el Departamento de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP ha completado su investigación. Una de las siguientes respuestas será emitida por el Departamento de Educación y Cumplimiento del Distribuidor de NSP:

- Finalización del Aviso de Investigación: Emitido al Consultor infractor, este aviso le informa los resultados de la investigación, así como cualquier otra medida disciplinaria que NSP considere necesaria.
- Aviso de Revocación (Rescisión o Término). Esto se emite al Consultor infractor cuando la violación de las Políticas justifica la terminación de Membresía.

#### 15.2 Revocación Involuntaria

Si es necesario, la Membresía de un Consultor puede ser revocada por NSP. NSP tiene el derecho de tomar medidas rápidas y decisivas para limitar o revocar una Membresía que se encuentra en violación de las Políticas, la Solicitud de Consultor, las normas que gobiernan el Plan de Compensación, o cualquier ley o estatuto federal y/o las regulaciones que pertenecen a la actividad de NSP.

En casos extremos de las violaciones por un Consultor, NSP además reserva el derecho de perseguir un recurso legal, así como el reembolso por los gastos de un Consultor, incluyendo los honorarios de abogados y gastos legales generados de la violación, y de buscar y obtener otras compensaciones apropiadas, indemnizaciones y desagavios.

Si un Consultor es rescindido, NSP enviará una notificación por correo al Consultor rescindido a la dirección registrada más reciente. Al recibir la notificación de NSP de la revocación (rescisión), el Consultor debe cesar de inmediato todas las actividades del Consultor, incluidas, entre otras, la venta de productos de NSP, y eliminar y cesar distribución de cualquier sitio web aplicable o publicidad impresa.

Si un Consultor desea apelar la revocación de Membresía, NSP debe recibir la apelación por escrito dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la recepción de la carta de revocación. Si la apelación no se recibe dentro de este plazo, la revocación será definitiva. NSP revisará la apelación oportuna y notificará al Consultor de la decisión. Esta decisión será definitiva. La revocación será efectiva a partir de la fecha de notificación de revocación original de NSP.

#### 15.3 Efecto de Revocación

Cuando una Membresía es revocada por medio de una renuncia voluntaria o por medio de una revocación involuntaria por NSP, dicho Consultor ya no tiene el derecho a vender productos NSP o patrocinar a otros Consultores potenciales.

El Consultor cesante perderá todos los derechos de su actual grupo u organización y ya no tendrá derecho a recibir comisiones, premios o compensación alguna de NSP, ni tampoco el Consultor tendrá derecho alguno a cualquier derecho sobre las listas de Consultores.

El Consultor cesante deberá inmediatamente cesar todo esfuerzo de mercadeo relacionado con NSP, incluyendo y no limitándose a la publicidad, sitios web personales y correspondencia. La posición cesada no puede ser transferida o vendida a ninguna parte.

#### 15.4 Arbitraje/Ley Aplicable

Cualquier causa legal de acción que surja o esté relacionada con el Acuerdo

de Membresía, o con su incumplimiento, se resolverá mediante un arbitraje administrado por la Asociación Norteamericana de Arbitraje conforme a sus Reglas de Arbitraje Comercial, y la sentencia sobre el laudo dictado por el árbitro podrá ser ingresada en cualquier tribunal que tenga jurisdicción sobre eso. Los Consultores renuncian a todos los derechos de un juicio por jurado o ante cualquier tribunal. Todos los procedimientos de arbitraje se llevarán a cabo en el Condado de Utah, Estado de Utah, a menos que las leyes del estado donde reside el Consultor exijan expresamente la aplicación de las leyes de ese estado, en cuyo caso el arbitraje se realizará en la ciudad capital de ese estado. Este acuerdo de arbitraje sobrevive a cualquier terminación o vencimiento del Acuerdo de Membresía.

No obstante las reglas de la Asociación Norteamericana de Arbitraje y sus Reglas de Arbitraje Comercial, se aplica lo siguiente a cualquier arbitraje bajo estas Políticas:

- Todas las partes tendrán derecho a todos los derechos y obligaciones de descubrimiento, según las Reglas Federales de Procedimiento Civil.
- Se aplicarán las Reglas Federales de Evidencia.
- Las partes tendrán derecho a presentar mociones bajo las Reglas 12 y 56 de las Reglas Federales de Procedimiento Civil.
- El arbitraje tendrá lugar dentro de los 180 días posteriores a la designación de un árbitro y no durará más de cinco (5) días. Habrá un árbitro—un abogado, que debe tener experiencia en transacciones de derecho comercial, con una fuerte preferencia en ser un abogado con conocimiento en la industria de venta directa, seleccionado del panel que proporciona el Panel de Arbitraje de los Estados Unidos. Cada parte del arbitraje será responsable de sus propios costos y gastos del arbitraje, incluyendo los honorarios legales y las tarifas de presentación/archivo. Las partes acuerdan compartir igualmente todos los costos del árbitro. La decisión del árbitro será definitiva y vinculante para las partes y puede, si es necesario, reducirse a un juicio en cualquier tribunal de jurisdicción competente.

Nada en estas Políticas prohíbe que NSP solicite y obtenga de un tribunal con jurisdicción un mandato de embargo, un mandato temporal, un mandamiento judicial preliminar, una medida cautelar u otro recurso disponible para salvaguardar y proteger los intereses de NSP antes, durante o después de la presentación de cualquier arbitraje o pendiente de la entrega de una decisión o laudo en relación con cualquier arbitraje u otro procedimiento.

Cada Consultor y NSP acuerdan que cada parte puede entablar disputas contra la otra parte solo a título personal, y no como demandante o Consultor (de grupo/clase), en cualquier procedimiento representativo colectivo, incluyendo y no limitándose a las acciones colectivas (de clase) federales o estatales o de arbitrajes colectivos, entre otras. En consecuencia, según los procedimientos de arbitraje descritos en esta Sección, un árbitro no combinará ni consolidará las reclamaciones de más de una parte sin el consentimiento por escrito de todas las partes afectivas en un procedimiento de arbitraje.

Ningún Consultor, ni NSP (ni ninguna de sus entidades relacionadas, funcionarios, directores, empleados, inversionistas, proveedores o Consultores) tendrán responsabilidad alguna por los daños punitivos, incidentales, consecuentes, especiales o indirectos, incluyendo la pérdida de ingresos o ingresos futuros, o la pérdida de la reputación comercial o de la oportunidad relacionada con el incumplimiento o supuesta violación del Acuerdo de Membresía o por cualquier acto, omisión u otra conducta que surja de la relación de las partes.

La jurisdicción y el lugar de cualquier asunto no sujeto a arbitraje reside en el Condado de Utah, Estado de Utah, a menos que las leyes del estado en el que reside un Consultor exijan expresamente la aplicación de sus leyes, en cuyo caso la ley del estado regirá todas las cuestiones relacionadas con la jurisdicción y lugar de encuentro. Las leyes del estado de Utah rigen todos los demás asuntos relacionados o derivados del Acuerdo de Membresía a menos que las leyes del estado en el que resida un Consultor exijan expresamente la aplicación de las leyes de ese estado.

## SECCIÓN 16

### INFORMACIÓN DE CONTACTO

Cuando tenga preguntas sobre cualquier aspecto del negocio del Consultor, problemas sobre pedidos, envíos, procedimientos, organización o compensación, dirija sus cartas y llamadas telefónicas a Servicios al Cliente, a los teléfonos 1-800-223-8225. Horario Operativo de Servicio al Cliente Lunes a viernes: 6:00 a.m. to 6:30 p.m. (Hora de Montaña -MT) Servicios al Cliente no puede diagnosticar, prescribir ni recomendar el uso de productos específicos.

NSP monitorea toda llamada para asegurarse que quienes llamen reciban un servicio rápido, cortés y de ayuda. Tal monitoreo puede incluir la grabación de llamadas para futuras revisiones y con el propósito de entrenamiento. Oficina Corporativa

ATTN:

Nature's Sunshine Products, Inc.  
2901 W. Bluegrass Boulevard, Suite 100  
Lehi, Utah 84043

Otros Contactos

Email: [preguntas@natr.com](mailto:preguntas@natr.com)  
Direcciones de Almacenes

#### Utah

1655 North Main Street Spanish Fork, Utah 84660

Todas las devoluciones deberán ser enviadas a esta dirección con autorización previa de Servicio al Cliente.

#### Texas

2740 Regency Drive, Grand Prairie, Texas 75050

#### Ohio

2252 Westbrook Drive, Bldg. K Columbus, Ohio 43228

#### Georgia

7990 Second Flag Drive, Suite C Austell, Ga. 30168

## GENERAL

Nature's Sunshine Products, Inc. (Nature's Sunshine) es una empresa líder en el sector de salud natural y bienestar, que comercializa y distribuye productos nutricionales y de cuidado personal a través de un equipo de ventas global de más de 600,000 Gerentes independientes, Distribuidores y Clientes, en más de 40 países. Estamos convencidos de que la salud natural y el bienestar tienen el poder de cambiar vidas; y nos esforzamos día a día por hacerlo una realidad mediante nuestros productos, nuestra gente y nuestra oportunidad de negocio. Nature's Sunshine fabrica la mayoría de sus productos en sus propias instalaciones modernas y vanguardistas, lo cual nos permite fijar el más alto estándar de calidad y ofrecer los productos más eficaces y seguros de la industria. Calidad comprobada, experiencia y resultados son algunas de las razones por las que profesionales de la salud y clientes de todo el mundo confían en nuestros productos y los recomiendan.

## DISTRIBUIDORES

Nature's Sunshine comercializa sus productos a través de contratistas independientes, llamados Distribuidores. Un "Distribuidor" es un miembro de Nature's Sunshine que realiza al menos una compra de los productos de Nature's Sunshine dentro de un período de 12 meses, en el que dicho Distribuidor puede comprar dichos productos únicamente para consumo personal o reventa. En Estados Unidos, Nature's Sunshine tenía aproximadamente 175,681 Distribuidores en 2019.

Para propósitos de esta declaración, un "Distribuidor Activo" es un Distribuidor que tuvo al menos un miembro en su línea descendente durante el año calendario de 2019. En los Estados Unidos, Nature's Sunshine tenía aproximadamente 31,138 Distribuidores Activos durante 2019, lo que representa aproximadamente el 18% de Todos los Distribuidores.

## COMPENSACIÓN

Hay tres formas fundamentales en que un Distribuidor puede ganar una compensación mediante la venta de productos de Nature's Sunshine:

- 1) A través de la venta minorista de productos comprados al precio mayorista.
- 2) Al recibir un reembolso basado en un porcentaje de compras de productos personales, para consumo o reventa.
- 3) A través de comisiones, o bonos, pagados en compras de productos personales y las ventas de otros Distribuidores en su red de ventas de línea descendente.

Además, los Distribuidores están invitados a participar en el programa Sunshine Rewards, donde pueden recibir envíos gratis y puntos para obtener productos gratis. En 2019, aproximadamente el 7% de todos los Distribuidores participaron en este programa.

Hay un costo mínimo para inscribirse en Nature's Sunshine como Distribuidor, que es una cuota de Membresía anual de \$40 USD. Esta cuota es anulada con la compra de productos Nature's Sunshine valorados en \$40 o más. Es inusual que un nuevo Distribuidor pague la cuota de \$40 directamente en lugar de que se anula la cuota con la compra de productos valorados en \$40.

Hay muchas razones por las cuales las personas eligen convertirse en Distribuidores de Nature's Sunshine. Muchos Distribuidores se unen simplemente para disfrutar comprando productos de calidad de Nature's Sunshine a precios mayoristas para su propio consumo. Algunos optan por administrar su propio negocio de ventas, a través de canales minoristas u otros métodos debido a las experiencias positivas que las personas tienen al usar los productos de Nature's Sunshine. Otros eligen unirse al negocio para mejorar sus propias habilidades y construir su propio negocio, ayudando a otros a convertirse también en constructores de negocios de Nature's

Sunshine. Debido a estas variadas experiencias, muchos Distribuidores nunca califican para ganar comisiones.

## MARGEN MINORISTA

Los Distribuidores pueden comprar productos de Nature's Sunshine al precio mayorista para consumo personal o para revenderlos a los clientes. Nature's Sunshine sugiere un margen minorista de aproximadamente un 33% por encima del precio mayorista; sin embargo, este es un precio sugerido, ya que los Distribuidores pueden establecer sus propios precios minoristas para sus clientes.

Como resultado, Nature's Sunshine no proporciona una estimación de la compensación promedio de las ventas minoristas, ni incluye las ganancias de mercado minorista en la declaración de compensación promedio incluida a continuación.

Los Distribuidores pueden recibir reembolsos basados en compras de productos, además de cualquier comisión o pago que puedan ganar. En 2019, Nature's Sunshine pagó aproximadamente \$19,165,175 en reembolsos a todos los Distribuidores que viven en los Estados Unidos.

## COMISIONES

Los Distribuidores también pueden ganar comisiones por la venta de productos por parte de otros Distribuidores que estén inscritos o patrocinados por ellos, en cuyo caso, dichos Distribuidores inscritos o patrocinados se denominan línea descendente o línea de éxito. A medida que estos Distribuidores de línea descendente también crean una base de clientes e inscriben o patrocinan a otros, se forma una red de línea descendente, a partir de la cual los Distribuidores pueden ganar comisiones. En 2019, el número de Distribuidores Activos que ganaron comisiones fue de 12,964, lo que representa aproximadamente el 42% de la base de Distribuidores Activos.

En 2019, Nature's Sunshine pagó aproximadamente \$37,635,451 en comisiones en los Estados Unidos a Distribuidores activos. Esta cantidad no representa la ganancia real de los Distribuidores, ya que no incluye ningún margen minorista ni reembolsos ganados por los Distribuidores, ni considera ningún gasto incurrido por los Distribuidores en la promoción de su negocio. Como se señaló anteriormente, la única cuota que cobra Nature's Sunshine a los Distribuidores es la cuota de inscripción anual de \$40, que puede anularse con la compra de productos valorados en \$40.

Si tiene preguntas en cuanto a esta información por favor contacte a Nature's Sunshine al número (800) 223-8225.

# Addendum A

INGRESOS ANUALES BASADOS EN COMISIONES	PORCENTAJE DE DISTRIBUIDORES ACTIVOS
\$0	58.37%
\$0.01 - \$100	22.08%
\$100 - \$200	4.57%
\$200 - \$500	4.22%
\$500 - \$1000	2.58%
\$1000 - \$1500	1.24%
\$1500 - \$2000	0.90%
\$2000 - \$5000	2.62%
\$5000+	3.43%



Al comprar cualquier producto qemp con el propósito de reventa o para uso personal, cada Consultor acuerda adherirse a los términos y condiciones del Acuerdo de Membresía, incluido este Anexo B. Los términos en mayúscula no definidos de otra manera en este documento tendrán el significado establecido en el Acuerdo de Membresía.

El Consultor por la presente representa y acepta lo siguiente:

- El Consultor tiene 21 años de edad o más y reconoce que los productos qemp no deben ser comprados o consumidos por, o vendidos a, cualquier persona menor de 21 años.
- El Consultor reconoce que los productos qemp no están destinados a diagnosticar, tratar, curar o prevenir ninguna enfermedad o condición médica, y el Consultor acepta no hacer ninguna declaración que pueda confundir a cualquier persona a creer que los productos qemp diagnostican, tratan, curan o previenen cualquier enfermedad o condición médica.
- El Consultor reconoce que los productos qemp no están destinados a reemplazar medicamentos o tratamientos por indicación de un profesional de la salud calificado, y el Consultor no recomendará a ninguna persona que suspenda los medicamentos o tratamientos recomendados por un profesional de la salud.
- El Consultor usará los productos qemp solo como se recomienda en la etiqueta y no recomendará que ninguna persona use los productos qemp de manera diferente a la recomendación de la etiqueta.
- El Consultor no hará ningún reclamo o declaración falsa o engañosa sobre los beneficios de salud reales o potenciales relacionados con los productos qemp.
- El Consultor se asegurará, y cumplirá con todas las leyes, reglamentos y ordenanzas locales, estatales y federales aplicables en los Estados Unidos con respecto a la posesión, uso, transporte, distribución y venta de cualquier producto qemp o cualesquier ganancias relacionadas con qemp.
- El Consultor no poseerá, usará, transportará, venderá ni distribuirá directa o indirectamente productos qemp fuera de los Estados Unidos o en Estados en los que qemp no venda los productos qemp.

En acuerdo con la Sección 15 del Acuerdo de Membresía, se llevarán a cabo investigaciones y medidas disciplinarias, incluida la cancelación de la cuenta, para garantizar el cumplimiento del Acuerdo de Membresía, incluidos los términos y condiciones de este Anexo B. Incumplimiento de los términos y condiciones de este Anexo B, puede resultar en la terminación inmediata de la cuenta.

# Código de Ética

*Las notas aclaratorias de las disposiciones se hallan en cursiva*

## PREÁMBULO

Por el presente, Direct Selling Association (“**DSA**”, **la Asociación De Ventas Directas**), reconociendo que las compañías involucradas en ventas directas asumen ciertas responsabilidades hacia sus clientes, las cuales emanan de un método de distribución de sus productos y servicios que se basa en un contacto personal, establece los principios y prácticas de naturaleza básica, equitativa y ética, que las compañías miembros de la Asociación seguirán cumpliendo al efectuar sus negocios.

## A. CÓDIGO DE CONDUCTA

### 1. **Prácticas engañosas o ilegales para reclutamientos del personal o para engañar al consumidor**

- a. Ninguna compañía miembro o vendedor independiente que trabaja para la misma usará prácticas engañosas, falsas, inmorales o ilegales hacia el consumidor o para el reclutamiento del personal. Las compañías miembros asegurarán que no se ha hecho ninguna declaración, promesa o testimonio que pueda engañar al consumidor o a posibles vendedores independientes.
- b. Compañías miembros y sus vendedores independientes deben cumplir con todos los requisitos de la ley. Aunque este Código no reitera todos los deberes legales, el cumplimiento de todas las leyes pertinentes, por parte de las compañías miembros y sus vendedores independientes, es una condición previa y posterior a su aceptación como miembro de DSA.
- c. Las compañías miembros efectuarán sus actividades hacia los demás miembros cumpliendo con este Código y todas las leyes pertinentes.
- d. La información proporcionada por las compañías miembros y sus vendedores independientes a otros posibles o actuales vendedores independientes sobre la oportunidad ofrecida, y los derechos y obligaciones asociados a la misma, debe ser precisa y completa. Las compañías miembros y sus vendedores independientes no harán ninguna declaración a posibles vendedores independientes que no puede ser verificada, ni harán promesas que no pueden ser cumplidas. Las compañías miembros y sus vendedores

independientes no deben presentar una oportunidad de venta a un posible vendedor independiente de un modo falso, engañoso o falaz.

- e. Las compañías miembros y sus vendedores independientes no inducirán a que una persona compre sus productos o servicios basándose sobre la declaración de que el consumidor puede recobrar todo o parte del precio de compra con sólo referirles otros consumidores, si tales reducciones o recuperaciones infringen las leyes aplicables sobre la referencia de ventas.
- f. Las compañías miembros proveerán a sus vendedores independientes, sea un contrato en forma escrita para ser firmado tanto por la compañía miembro como por el vendedor independiente, o sea una declaración por escrito que contiene los detalles esenciales de las relaciones entre el vendedor independiente y la compañía miembro. Las compañías miembros informarán a sus vendedores independientes de cuáles son sus obligaciones legales, incluso qué responsabilidad tienen con respecto a todo tipo de licencia, registro o impuesto de aplicación.
- g. Las compañías miembros proveerán a sus vendedores independientes cuentas regulares, incluso, según sea de aplicación, ventas, compras, detalles de ganancias, comisiones, bonos, descuentos, envíos, cancelaciones, y todos los demás datos pertinentes, de acuerdo con las disposiciones que las compañías miembros hagan con sus vendedores independientes. Todos los dineros debidos deberán ser pagados y toda retención deberá ser efectuada de un modo razonable desde el punto de vista comercial.
- h. Los vendedores independientes deben respetar la falta de experiencia comercial de sus clientes. Los vendedores independientes no abusarán de la confianza de clientes individuales, ni tratarán de explotar la edad, enfermedad, discapacidad o falta de entendimiento o conocimiento del idioma de un consumidor.

---

*1. Esta sección no incluye bajo la jurisdicción del Código disputas tales como se “hace proselitismo” o se “efectúan redadas de vendedores”, a menos que tales disputas involucren alegatos de conducta o prácticas de reclutamiento engañosas, inmorales o*

*ilícitas hacia posibles vendedores. En estos últimos casos, esta sección es de aplicación. Según se usa en esta sección la palabra “inmoral” significa que se está en violación del Código de Ética de DSA de los EE.UU.*

*El Administrador del Código de DSA, nombrado a conforme de Sección C.1 (“Administrador”) está autorizado para hacer la determinación de cuáles son las prácticas engañosas, ilícitas o inmorales efectuadas durante el reclutamiento y en contra del consumidor, usando como guía los estándares legales prevalecientes. Cumplimiento con cualquier ley, reglamento o disposición del Administrador no es una defensa contra una determinación, por parte del Administrador, que una práctica es engañosa, ilegal o inmoral. Por ejemplo, en el caso de una venta al consumidor, el haber cumplido con la Regla del Período de Anulación de una Compra (Cooling-Off Period) de la Comisión de Comercio Federal (Federal Trade Commission – FTC) no impide que el Administrador del Código DSA haga la determinación que una práctica de venta en particular es engañosa, ilegal o inmoral y que se debe hacer un reembolso o compensación.*

*1 & 2. Estas secciones abarcan no solo declaraciones hechas acerca de la propia compañía sino también de cualquier otra compañía. Por ejemplo, esta sección cubre declaraciones engañosas hecho por un vendedor independiente acerca de la compañía B y/o sus productos a consumidores o posibles vendedores independientes.*

---



## **2. Productos, Servicios y Materiales Promocionales**

- a. La oferta de productos o servicios en venta por compañías miembros de la Asociación debe ser precisa y veraz en cuanto a precio, grado, calidad, marca, valor, ejecución, cantidad, actualidad del modelo y disponibilidad. Todos reclamos de productos hechos por compañías miembros y sus vendedores independientes deben ser apoyado de corroboración por evidencia competente y fiable y no deben ser engañoso. La orden del consumidor para productos y servicios debe ser cumplida de forma oportuna.
  
- b. Ni las compañías miembros de la asociación ni sus vendedores independientes no deben hacer comparaciones engañosas acerca de la oportunidad de venta directa de otra compañía. Toda comparación debe estar basada en hechos que pueden ser verificados objetivamente y apoyado por comprobación por evidencia competente y fiable. Compañías miembros de la asociación no denigrarán a otras compañías miembros, sus negocios, productos o servicios, directamente o por implicación, de forma falsa o engañosa y no se aprovecharán deshonestamente de la buena fe que tiene la marca y el símbolo de cualquier compañía, negocio, producto o servicio.
  
- c. Literatura promocional, publicidades y envíos por correo no deben contener descripciones de productos, reclamos, fotos o ilustraciones que son falsas, engañosas o falaces. (La literatura promocional debe contener el nombre y dirección, o el número de teléfono de la compañía miembro y puede incluir el número de teléfono de un vendedor independiente).
  
- d. Vendedores independientes deben ofrecer al consumidor datos precisos sobre el precio, términos de crédito, términos de pago, período de anulación de la compra, incluso la política para devoluciones, los términos de las garantías, servicios ofrecidos después de la venta y fechas de entrega. Vendedores independientes harán respuestas comprensibles y precisas a las preguntas de los consumidores. En la medida en que se hacen afirmaciones con respecto a productos, los vendedores independientes harán sólo las afirmaciones de productos autorizados por la compañía miembro de la asociación.

### 3. Términos de Venta

- a. Se entregará al consumidor por escrito una orden o recibo en el momento mismo de la venta inicial o con anterioridad al mismo. En el caso de una venta hecha por correo, teléfono, Internet u otro modo que no fuera cara a cara, se debe proporcionar con anterioridad una copia de la orden, o se debe incluir tal copia con la orden inicial, o proporcionar en forma capaz de ser imprimida o descargada por el Internet. La orden debe indicar clara y legiblemente, sin ambigüedades lo siguiente:
  - i. Los términos y condiciones de la venta, incluso el monto total que el consumidor deberá pagar, junto con todo interés, cargo y honorario a pagar por servicios efectuados, además de otros costos y gastos requeridos por las leyes federales y estatales;
  - ii. Identificar a la compañía miembro y al vendedor independiente, e incluir el nombre entero, la dirección permanente y el número de teléfono de la compañía miembro o del vendedor independiente, además de todos los términos significativos de la venta; y
  - iii. Los términos de garantías o promesas, los detalles y limitaciones de los servicios a proporcionar después de la venta, el nombre y la dirección de la entidad garantizante, el plazo de la garantía y las medidas correctivas disponibles al consumidor. En la alternativa, estos datos pueden ser proporcionados con los demás folletos que acompañan al producto o servicio.
- b. Compañías miembros y sus vendedores ofrecerán un período de anulación de la venta (Cooling-Off Period) por escrito, claramente expresado, permitiendo que el consumidor se libre de la venta dentro de un mínimo de tres días hábiles a partir de la fecha de la compra y pueda recibir un reembolso completo del precio de la compra.
- c. Compañías miembros y sus vendedores independientes que ofrecen el derecho de devolver el producto, sea esta devolución condicionada sobre el acontecimiento de ciertas eventualidades, lo harán por escrito.

#### **4. Garantías y Prestaciones**

Los términos de toda prestación o garantía ofrecida por el vendedor en conexión con una venta debe ser proporcionada al comprador en conformidad total con las leyes o reglamentos de garantías o prestaciones federales o estatales. El fabricante, distribuidor y/o vendedor deberá ejecutar las mismas por completo y de modo oportuno, según los términos de todas las promesas y garantías ofrecidas al consumidor.

#### **5. Identificación y Privacidad**

- a. Al comenzar su presentación de venta, el vendedor independiente debe indicar, precisa y claramente, quién es, cuál es su compañía, cuáles son los productos y servicios que ofrece su compañía y porqué hace esta solicitud. Todo contacto con el consumidor se debe hacer de forma respetuosa y durante horas razonables. Se debe poner fin a toda demostración o presentación de venta apenas lo pida el consumidor.
- b. Compañías miembros y sus vendedores independientes deben tomar medidas apropiadas para salvaguardar la protección de todo dato privado proporcionado por un consumidor actual o futuro, u otro vendedor independiente actual o futuro.

#### **6. Timos Piramidales**

Para los propósitos de este Código, timos piramidales o timos en cadena sin fin se considerarán justiciables bajo este Código. El Administrador del Código determinará si tales timos piramidales o timos en cadena sin fin constituyen violaciones de este Código según las leyes o reglamentos federales, estatales o ley o regulación local.

---

*6. La definición de “ardid/timo piramidal ilegal” está basada en normas legales actuales como reflejo del caso de In Re. Amway 93 FTC 618 (1979) y estatutos contra-timo piramidales de varios estados. A conforme con estos leyes, compañías miembros deben remuneras a sus vendedores independientes principalmente por base de las ventas de productos, incluidos los servicios, compró por cualquier persona para su uso o consumo real. Tal remuneración puede incluir compensación basada en compras que*

*no son simplemente incidentales a la adquisición de un derecho a participar en el programa. Véase la Sección 9 para más clarificación.*

## **7. Compras de Inventario**

- a. Alguna compañía miembro con un plan de mercadeo que involucra la venta de productos directa o indirectamente a vendedores independientes, adoptará y comunicará como régimen en su literatura de reclutamiento, manual de venta o contrato con vendedores independientes que la compañía volverá a comprar bajo términos comerciales razonables el inventario actualmente comercializable en posesión de tal vendedor independiente y comprado por el mismo para reventa, antes de la fecha de terminación de sus relaciones comerciales con la compañía. Para propósitos de este Código la frase “términos comerciales razonables” incluyen volver a comprar el inventario comercializable dentro de doce (12) meses de la fecha de la compra por parte del vendedor, a no menos del 90% del costo neto original incurrido por el vendedor, menos compensaciones y reclamos apropiados, si los hubiere. Para propósitos de este Código, los productos no se considerarán “actualmente comercializables” si se han devuelto después que el período de caducidad y vida útil del producto haya pasado; tampoco se considerarán “actualmente comercializables” si la compañía declara claramente a sus vendedores antes de la compra que los productos son estacionales, se han descontinuado o son productos de promoción especial, por lo que no están sujetos a la obligación de la compañía de readquirirlos.

- 
7. a. *El propósito de la recompra es de eliminar el posible daño causado al obligar que alguien “cargue inventario excesivo”; eso es, la práctica de cargar a los vendedores con inventario que no pueden o que es muy probable no podrán vender o usar dentro de un período razonable de tiempo. La carga de inventario ha sido históricamente llevada a cabo por los vendedores dar incentivos económicos para las ventas sin respecto a las ventas finales o uso por los consumidores reales. Las disposiciones de recompra del Código tienen por motivo para impedir que se cargue un inventario excesivo y proteger a los distribuidores para que no incurran los daños financieros que puedan surgir a partir de la práctica de cargar excesivamente el inventario.*

*Se considera que la palabra “inventario” incluye tanto productos tangibles como intangibles, eso es, tanto bienes como servicios. “La comerciabilidad actual” del inventario se determina con base en la condición específica del producto. Los factores que el Administrador del Código (nombrado a conforme de Sección C.1) tendrá en mente al determinar “la comerciabilidad actual” son la condición de los bienes y si los productos han sido usados o abiertos.*

*Cambios en la demanda del mercado, o en la formulación o etiqueteo del producto no son argumentos suficientes para que la compañía haga un reclamo de que el producto ya no es “comercializable”. La naturaleza ingestible de ciertos productos tampoco limita en sí la comerciabilidad actual de esos productos. Reglamentos gubernamentales que pueden discutiblemente restringir o limitar la recompra de un producto no limitan su “comerciabilidad actual” para propósitos del Código.*

*Los estatutos estatales ordenan que se debe incluir en el contrato del vendedor independiente la descripción de ciertas disposiciones de recompra requeridas por la ley. Aún reconociendo que el contrato probablemente es el lugar más eficaz para incluir tales datos, el Código de DSA permite que tales disposiciones sean incluidas o en la literatura de reclutamiento o en el contrato. Sin embargo que la divulgación debe hacerse por escrito y que la declaración al respecto debe quedar bien clara. Dondequiera que se divulgue, el requerimiento de recompra se considerará una obligación contractual incurrida por la compañía.*

*Una compañía miembro no pondrá impedimentos poco razonables (por ejemplo, de naturaleza procesal) como obstáculo para impedir que los vendedores revendan los productos a la compañía.*

*El proceso de recompra debe ser lo más eficaz posible y debe ser diseñado para facilitar la recompra de productos. Las disposiciones de recompra se aplican a todos los distribuidores que finalizan sus relaciones comerciales con la compañía y que de otro modo califican para tal recompra, inclusive distribuidores que no trabajan por primera vez para la compañía o que han dejado de trabajar para esa compañía para ir a vender en otra.*

*La política de recompra se debe publicar en muchos distintos lugares y formatos y comunicar de tal forma que es fácilmente entendida por un vendedor independiente típico. El objetivo de cada miembro es de asegurarse que el vendedor independiente típico está al tanto de la política de recompra de la compañía. Por lo tanto, cada miembro debe empeñar sus mejores esfuerzos para asegurar que la política de recompra ha sido eficazmente comunicada a sus vendedores.*

*7.b. Los soportes y equipos de venta y los materiales de promoción, no se consideran inventario, estrictamente hablando, o necesariamente previstos para la venta, están sujetos al requisito de recompra, si la compañía miembro requiere su compra o si existe un incentivo financiero asociado con su venta. Se ha reconocido que el hecho de obligar a que alguien lleve un “inventario excesivo” de estos artículos puede causar el mismo daño a los participantes del plan como llevar un “inventario excesivo” de productos y servicios.*

*Con respecto al párrafo final de la Sección 7b, divulgación de la elegibilidad o ineligibilidad de algún artículo para recompra es clave. Siempre que la recompra no haya sido requerida por esta disposición del Código, para aquellos artículos que la compañía decide no volver a comprar, la compañía miembro debe haber divulgado claramente y de forma conspicua al vendedor independiente actual o futuro que estos artículos no están sujetos al requerimiento de recompra. Habiendo hecho tal divulgación, el hecho de negarse a recibir la devolución de un artículo, no constituye una violación, siempre que la compañía miembro esté actuando de buena fe y no esté tratando de evadir el requerimiento de recompra.*

*Esta disposición del Código no se debe considerar como aprobación de planes de mercadeo que proporcionan beneficios financieros a vendedores independientes para la venta de materiales de promoción, soportes o equipos de venta (“herramientas”) producidos por la compañía. Aunque estos materiales pueden ser importantes para ciertos vendedores individuales, el Código requiere que las compañías miembros compensen a sus vendedores independientes principalmente en base a la venta de productos, incluso servicios, comprados por cualquier persona, para uso o*

*consumo actual (Vease la Sección 6 del Código y la disposición aclaratoria que la acompaña) y no para la venta de herramientas. En circunstancias donde un beneficio financiero se provee a vendedores directos individuales como resultado de la venta de materiales de promoción, soportes o equipos (herramientas) de venta, producidos por la compañía, y no existe violación del Código de ningún otro modo, esta Sección requiere que estas herramientas sean recompradas bajo términos comerciales razonables.*

---

b. El Administrador del Código, nombrado a conforme de Sección C.1, después de encontrar que una compañía miembro ha participado en una práctica de reclutamiento falsa, engañosa o fraudulenta puede utilizar cualquier remedio apropiado para asegurar que algún demandante no incurra una pérdida financiera significativa como resultado del comportamiento prohibido, incluye pero no se limite al requiriendo por parte de la compañía miembro la recompra del inventario, soportes, materiales promocionales comprado por el demandante.

## **8. Representación de Ingresos**

Lo siguiente se considera representaciones de ingresos por este Código.

- (1) Cualquier representación oral, visual o escrito que transmite, expresamente o por implicación:
  - (a) un nivel específico o una gama de ventas reales o potenciales; o
  - (b) ingresos brutos o beneficios, lo que incluyen pero no se limiten a representaciones que expresamente o implícitamente implican que compras de estilo de vida, incluyendo casas, vehículos, vacaciones y demás están relacionados al ingresos ganados.
- (2) Cualquier declaración, representación o situación hipotética desde que un vendedor independiente, prospectivo razonablemente inferirá que él/ella ganaría un nivel mínimo de renta.
- (3) Cualquier gráfica, tabla o calculación matemática demostrando renta posible, ventas reales o potenciales, beneficios brutos o ganancias basados por una combinación de variables.
- (4) Materiales de marketing y publicidad explícitamente que describan o prometen ingresos potenciales o estilos de vida basado en mercancías/materiales;

(5) Cualquier premio o anuncio de compensación con una descripción de los ingresos previos o futuros de ventas de vendedores, viajes o reuniones, y comisiones, bonificaciones o beneficios, no deben considerarse representaciones si no disponen con una indicación de su valor.

(a) Compañías miembros deben cumplir, y obligar a sus vendedores independientes también cumplen con las siguientes normas:

(i) representaciones de ingresos cifras de ventas debe ser veraz, exacta, y presentado de una manera que no es falsa, dudosa o engañosa

(ii) Vendedores independientes reales u prospectivos deben ser proporcionado información suficiente para comprender que:

(a) Las ganancias reales pueden variar significativamente y dependen del tiempo cometido, nivel de capacidad y de otros factores;

(b) No todo el mundo va a alcanzar el nivel representado de ingresos;

(c) Tales cantidades son antes de gastos, en su caso.

(iii) Vendedores independientes actuales y prospectivos deben ser proporcionado por información suficiente que permita una evaluación razonable de la oportunidad de obtener ingresos.

(iv) Si la comisión de un vendedor independiente específico o bono pagos están incluidos en una representación de ingreso, cualquier distribuciones hechas por esos pagos a los otros en la organización de ventas debe ser divulgada o se deducirá de la figura(s) que se utiliza.

(v) Ventas y representaciones de ingresos deben ser documentados y corroborados. Las compañías miembros y su los vendedores independientes deben mantener esta documentación y corroboración, haciéndolo disponible al Administrador sobre su solicitud escrito.

(vi) Data de toda la industria – incluyendo lo que es producido por DSA – financieros, ingresos o información sobre el rendimiento no se puede utilizar como fuente primaria en la documentación o que justifique o de una compañía miembro representaciones



del vendedor independiente. Dicha información puede, sin embargo, ser utilizado de una manera general.

(b) En la evaluación si una representación ingresos viola esta Sección del Código, el Administrador deberá considerar toda la información pertinente hechos e información, incluyendo pero no limitado a, los factores como se describen en esta sección.

---

*8. Existen muchos precedentes legales en la forma de decisiones de la Comisión Federal de Comercio (Federal Trade Commission – FTC) que proporcionan una guía sobre el tema de la representación de ingresos. Aunque no constituyen un factor determinante, estos precedentes deben ser usados por el Administrador del Código al hacer éste sus determinaciones sobre la verificación de los reclamos de la compañía miembro en cuanto a ingresos.*

*En parte, el objetivo de la simple prohibición del Código sobre declaraciones falsas fue de evitar que nuevas empresas con muy poca historia concreta de ingresos derivados de su plan de compensación o compañías establecidas que ensayan o lanzan nuevos planes de compensación, queden indebidamente agobiadas. El enfoque de la prohibición tiene como objetivo requerir que compañías en estas circunstancias deben sólo asegurarse de que su literatura promocional y sus declaraciones públicas indiquen claramente que el plan de compensación es nuevo y que cualquier gráfico, ilustración y ejemplo de ingreso bajo el plan es sólo de naturaleza posible y no se basa en el desempeño real de ningún individuo.*

---

## **9. Cantidades Excesivas de Inventario**

Una compañía miembro no requerirá ni alentará a que un vendedor independiente compre inventario en cantidades excesivas que sobrepasan irrazonablemente lo que puede volver a vender y/o consumir un vendedor independiente dentro de un plazo razonable de tiempo.

Compañías miembros tomarán medidas claras y razonables para asegurar que los vendedores independientes están consumiendo, usando o revendiendo los productos y servicios que han comprado.

Se considerará una práctica de reclutamiento injusto y engañoso para una compañía miembro o vendedor independiente que requieren o alientan un vendedor independiente de compra de cantidades razonables de inventario o ventas ayudadas. El Administrador puede emplear cualquier apropiada remediar para asegurar cualquier vendedor individual no incurrirá significativa pérdida financiera como resultado de tales comportamientos prohibidos.

---

9. *Véase la Sección aclaratoria 7.a. sobre la carga de inventario.*

*Esta disposición debe ser interpretada en vista a la admonición reguladora que se deben generar comisiones en base de ventas que no son simplemente incidentales a la compra del derecho de participar en el programa (Véase la Opinión Consultiva en forma de Carta de la FTC a la DSA de 2004). Compañías miembros de venta directa que implementan procedimientos que demuestran que vendedores están comprando el producto para reventa, para su propio uso o consumo (eso es, autoconsumo, consumo personal o consumo interno) o por otros propósitos legítimos, estarán en mejores condiciones para cumplir con los requisitos de la Sección 9. El Código reconoce lo anterior, como una práctica bien aceptada y de larga data en los círculos de venta directa y no prohíbe la comepeñación basada en la compra hecha por vendedores para uso personal.*

*Además, el Código no establece estándares o requisitos específicos que un nivel mínimo de ventas se debe hacer fuera y aparte del grupo de vendedores.*

*Se considerará una práctica injusta y engañosa de reclutamiento para una compañía miembro o vendedor independiente que exigen o fomentan un vendedor independiente para la compra de cantidades razonables de inventario o ayudadas de ventas. El Administrador puede emplear cualquier forma remedio adecuado para asegurar que*

*cualquier vendedor individual no incurrirá una pérdida financiera significativa como resultado de tales comportamientos prohibidos.*

---

## 10. Pago de Honorarios

Ni las compañías miembros ni sus vendedores independientes pedirán que individuos paguen altos honorarios de entrada, de entrenamiento, de franquicia, por materiales promocionales u otros honorarios asociados solamente al derecho de participar en el negocio de la compañía miembro. Cualquier honorario pagado para ser un vendedor independiente debe estar directamente relacionado al valor de los materiales, productos o servicios provistos como intercambio.

---

10. *Altos honorarios de entrada pueden ser un elemento de timos piramidales, en los que se alienta a que individuos paguen altos costos iniciales, sin recibir un producto de valor equivalente. Estos honorarios se tornan en el mecanismo que da ímpetu a la pirámide y pone a los participantes en riesgo de sufrir daños financieros. Algunas leyes estatales tienen requisitos que los honorarios deben ser devueltos, requisitos parecidos a las disposiciones de recompra en la Sección 7.a. del Código. El Código elimina el daño hecho por grandes honorarios irrazonables prohibiéndolos.*

*El Administrador está autorizado para determinar cuando un honorario es “irrazonable por ser demasiado alto.” Por ejemplo, si se ofrece un reembolso por sólo una porción de un honorario de entrada, para cubrir lo que se describe como el inventario, y no se da o recibe nada por el saldo del honorario de entrada, tal como un programa de entrenamiento, el Administrador del Código puede considerar que aquella parte del honorario de entrada es “irrazonable por ser demasiado alta.” Esta sección del Código confirma la disposición de la Parte B del Código de Responsabilidades y Deberes, que requiere que las compañías presten atención a las violaciones del Sección B en cuanto se refiere a sus vendedores independientes.*

---

## **11. Entrenamiento y Materiales**

- a. Compañías miembros deben proporcionar entrenamiento adecuado para facilitar que sus vendedores independientes operen de forma ética.
- b. Compañías miembros prohibirán que sus vendedores independientes comercialicen o requieran la compra por parte de otros de cualquier material incompatible con las políticas y procedimientos de la compañía miembro.
- c. Vendedores independientes que venden materiales promocionales o de entrenamiento aprobados por la compañía miembro, deben:
  - (i) Usar solamente materiales que cumplen con los mismos estándares usados por la compañía miembro;
  - (ii) No hacer de la compra de tales materiales un requisito para que otros vendedores independientes participen en el programa;
  - (iii) Proveer tales materiales a un precio en que materiales parecidos están generalmente disponibles en el mercado, y
  - (iv) Ofrecer una política de devolución por escrito que es la misma que la ofrecida por la compañía miembro que el vendedor independiente representa.

## **B. RESPONSABILIDADES Y DEBERES**

### **1. Investigación oportuna y Se prohíbe usar el argumento de contratista independiente” como defensa**

- a. Compañías miembros establecerán, anunciarán e implementarán procedimientos para asegurar la resolución pronta de todas las quejas.
- b. En el caso de que algún consumidor se queje que el vendedor independiente que le ofreció a venta los productos o servicios de una compañía miembro se ha conducido inapropiadamente durante el curso de la presentación del producto o servicios, la compañía miembro investigará en seguida la queja y tomará las medidas que considere apropiadas y necesarias bajo las circunstancias para rectificar los errores que según los hallazgos de su investigación se han cometido.
- c. Las compañías miembros se considerarán responsables de las violaciones del Código, cuando el Administrador descubre, que ha habido una violación del Código, después de considerar todos los hechos. Para propósitos de este Código, y con el fin de fomentar la protección del consumidor, las compañías miembros

voluntariamente no recurrirán a la defensa, contra alegatos de que se ha violado el Código, que el vendedor es un contratista independiente, y que es él quien distribuye los productos o servicios bajo la marca registrada o nombre comercial de las mismas. Sin embargo, no se debe interpretar que al tomar tal acción, las compañías renuncian al derecho de recurrir a esa defensa bajo cualquier otra circunstancia.

- d. Las compañías miembros deben ser diligente para generar en sus empleados y/o vendedores independientes sobre las obligaciones de las compañías miembros bajo el Código. Ningún miembro suscrito tratará de persuadir, inducir o forzar que un colega viole este Código, y los miembros suscritos por ente están de acuerdo de que el hecho que alguien trate de hacer que otro viole este Código de por sí se considera una violación del mismo.
- e. Vendedores independientes no están sujetos directamente a este Código, pero como condición de su participación en el sistema de distribución de una compañía miembro, se les requiere adherir a las reglas de conducta que cumplen con los estándares de este Código, en virtud de sus vínculos con la compañía miembro con la cual se han afiliado.
- f. Este Código no es una ley, pero sus obligaciones requieren que las compañías miembro y sus vendedores independientes exhiban un nivel de conducta ética consistente con las disposiciones de los requisitos jurídicos existentes. El incumplimiento con respecto a este Código no crea responsabilidades u obligaciones civiles. Cuando la compañía deja de ser miembro de DSA, ésta no tiene la obligación de cumplir con este Código. Sin embargo, las disposiciones de este Código siguen siendo aplicables a acontecimientos o transacciones que ocurrieron durante el plazo en que la compañía fue miembro de DSA.

## **2. Requisito de Dar Publicidad al Código**

- a. Todas las compañías miembros deben dar publicidad al Código de Ética y el proceso por presentar una queja informando a sus vendedores y consumidores. Como mínimo, las compañías miembros deben tomar una de las siguientes medidas:
  - (i) Incluir en el sitio web de la compañía el Código de Ética de DSA, explicando paso por paso cómo se debe presentar una queja;

- (ii) Incluir un enlace entre el sitio web de la compañía y la página web del Código de Ética de DSA que menciona el proceso de presentar una queja;
  - (iii) Incluir el Código de Ética de la compañía, en su sitio web con mención aparte, o un enlace sobre el proceso de presentar una queja; o en su proceder para querellantes; o con una explicación de cómo un querellante puede presentar una apelación al Administrador del Código DSA, en caso que el querellante no esté satisfecho con la solución obtenida bajo el código de la compañía; o en su proceder para querellantes, refiriéndose al sitio web del Código de Ética de DSA.
- b. Todas las compañías miembros, después de someter su programa, al pagar su cuota, deben declarar anualmente que el programa sigue siendo efectivo o indicar si ha habido algún cambio.
- 

*2. a. El enlace debe ser claro y conspicuo. El enlace en el sitio web de la compañía se debe ubicar prominentemente para que sea visible y accesible a vendedores y consumidores; las compañías deben colocar el enlace en la página web que vendedores y consumidores suelen acceder más comúnmente. También es ideal incluir una declaración, tal como, “Con orgullo anunciamos que somos miembros de la Asociación de Venta Directa (Direct Selling Association—DSA). Para ver el Código de Ética que obedecemos hagan clic aquí.” Y “Para presentar una queja, por favor contacte con nosotros en [correo electrónico de la compañía miembro y / o número de teléfono]. Si usted es insatisfecho con la resolución, usted puede escalar su queja a*

*DSA haciendo clic aquí ”, también son ideales. Las compañías miembros deberían vincular específicamente a [www.dsa.org/consumerprotection/Code](http://www.dsa.org/consumerprotection/Code) y [www.dsa.org/consumerprotection/filing-a-code-complaint](http://www.dsa.org/consumerprotection/filing-a-code-complaint).*

---

### **3. Oficial Responsable del Código**

Se requiere que cada compañía miembro, tanto actual como pendiente, nombre un Oficial Responsable del Código DSA. El mismo es responsable de facilitar el cumplimiento del Código por parte de su compañía y de responder a las investigaciones del Administrador nombrado a conforme de Sección C.1. Tal oficial servirá como el contacto principal de la compañía miembro encargado de comunicar los principios del Código de Ética a sus vendedores independientes, empleados, clientes y el público en general.

### **4. Efecto Extraterritorial**

Cada compañía miembro debe cumplir con el Código de Conducta de la Federación Mundial de la Asociación de Venta Directa (World Federation of Direct Selling Associations--WFDSA) con respecto a actividades de venta directa efectuadas en el exterior, en la medida en que el Código WFDSA no sea incompatible con las leyes de los EE.UU., a menos que tales actividades se encuentren bajo la jurisdicción del código de conducta de la DSA de otro país al cual la compañía miembro también pertenece.

## **C. ADMINISTRACIÓN**

### **1. Interpretación y Ejecución**

La Junta de Directores de la Asociación de Venta Directa (DSA) nombrará un Administrador del Código "Administrador" que servirá durante un plazo fijo establecido por la Junta antes de su nombramiento. La Junta tendrá la facultad de despedir al Administrador sólo con motivo suficiente. La Junta dará al administrador suficiente autoridad para permitir que el mismo enfrente debidamente las responsabilidades que le han sido confiadas bajo este Código. El Administrador será responsable directamente y solamente a la Junta.

### **2. Administrador del Código**

- a. El Administrador debe ser una persona de integridad reconocida, que conoce bien a la industria, y cuya importancia inspira respeto en la industria y en el público. El mismo nombrará un personal adecuado y competente para que le ayude a encarar sus obligaciones. Durante su gerencia ni el Administrador ni cualquier miembro de su personal puede ser oficial, director, empleado o inversor de cualquier ente miembro o afiliado de la DSA. El Administrador divulgará todas las acciones que tiene en una



compañía miembro antes de ser nombrado y también divulgará toda compra subsiguiente de tales acciones a la Junta de Directores. El Administrador también tendrá los mismos derechos de indemnificación como los que gozan los Directores y Oficiales bajo los estatutos de DSA.

- b. El Administrador establecerá, anunciará e implementará procedimientos transparentes para el manejo de quejas para asegurar que todas ellas se resuelvan oportunamente.
- c. El Administrador, de acuerdo a los reglamentos establecidos por la Junta de Directores , según aquí previstos, oír y determinará todas las denuncias contra los miembros suscritos al mismo, dando a los miembros o personas la oportunidad que se los oiga por completo. El Administrador tendrá el poder de originar procesos, y tendrá en todo momento la cooperación completa de todos los miembros.

### **3. Procedimiento**

- a. El Administrador tendría todo el conjunto a determinar si ha ocurrido una violación del Código. El Administrador responderá lo antes posible a todas las indagaciones relacionadas al Código y su aplicación, y, cuando sea apropiado, puede sugerir, para la consideración de la Junta de Directores, nuevas modificaciones o nuevas implementaciones para que el Código sea más efectivo.
- b. Si, a juicio del Administrador, alguna queja esté fuera de la experiencia o recursos del mismo, éste puede renunciar al ejercicio de su jurisdicción y puede, recomendar que el querellante se dirija a otro foro al cual puede dirigir su queja.
- c. El Administrador, puede mantener y mejorar todas las relaciones con Better Business Bureaus (Oficinas de Mejores Prácticas Comerciales) y otras organizaciones, tanto privadas como públicas, con vista a mejorar las relaciones de la industria con el público y recibir datos a partir de tales organizaciones con respecto a las actividades de venta de la industria.

## **D. CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA DE DSA**

### **1. Cuando se recibe una queja**

Cuando se recibe una queja auténtica de parte de un consumidor de buena fe o cuando el Administrador tiene motivo de creer que un miembro ha violado el Código de Ética, el Administrador enviará una copia de la queja, si la hubiere, al miembro acusado junto con una carta propia notificando al miembro que se ha entablado una investigación preliminar de una posible violación específica, según la

Sección 3, solicitando la cooperación del miembro para que le suministre los datos, documentación y aclaración necesarios. Si la investigación del Administrador no se basa en una queja escrita, entonces el mismo proveerá una notificación por escrito, explicando en qué se basa su motivo de creer que ha ocurrido una violación. Además, el Administrador del Código honorará todo pedido hecho por la parte querellante que su identidad sea tratada con confidencialidad.

## **2. Cooperación con el Administrador del Código**

Si un miembro se niega a cooperar con el Administrador y a suministrarle los datos, documentación, el Administrador enviará al compañía miembro por correo registrado una notificación otorgando a este último la oportunidad de aparecer ante el Panel de Revisión de Apelaciones, a una fecha dada, para indicar porqué no se debe terminar su participación como miembro de la Asociación de Venta Directa. Si el miembro se niega a cooperar con el Administrador o a solicitar que el Panel de Revisión de Apelaciones revise sus conclusiones, es posible que la Junta de Directores de DSA, vote para terminar su participación como miembro de la asociación.

## **3. Investigación y Procedimiento de Disposición**

- a. El Administrador efectuará una investigación preliminar, haciendo los contactos investigativos necesarios para llegar a una decisión bien informada sobre el alegato de violación del Código. Si el Administrador determina, después de una investigación informal que no es necesario tomar otras medidas o que el alegato de violación no tiene mérito, se pondrá fin a toda subsiguiente investigación y acción administrativa sobre el tema y la parte querellante recibirá una notificación al respecto.
- b. El Administrador puede remediar, a su criterio, el alegato de violación del Código mediante una comunicación informal, oral y escrita con la compañía miembro delatada.
- c. Si el Administrador determina que violaciones aparentes son de naturaleza, alcance o frecuencia, con miras al mejor interés de los consumidores, DSA y la industria de venta directa, entonces notificará al miembro cuál es su decisión, y qué razonamiento y hechos dieron lugar a la misma, además de la naturaleza de la corrección que debe ser efectuada. La notificación del Administrador ofrecerá al miembro la oportunidad de aceptar voluntariamente las medidas correctivas sugeridas sin tener que

aparecer a una audiencia según la Sección E.1. Si el miembro desea resolver el asunto de este asunto, deberá avisar al Administrador por escrito dentro de 20 días. La carta que la compañía miembro envía al Administrador puede indicar que el hecho que está dispuesta a consentir no constituye una admisión o creencia de su parte que hubo una violación del Código.

#### **4. Panel de Revisión de Apelaciones**

Si una compañía miembro ha presentado una solicitud de reconsideración de conformidad Sección D.2. o una apelación de medidas correctivas del Administrador a conforme a la Sección D.3., un Panel de Revisión de Apelaciones que consiste de tres representantes de las compañías miembros activos serán seleccionados por el Comisión Delegada del Consejo de Administración de la DSA dentro de 20 calendario día. Las tres compañías miembros serán seleccionados de manera que representa una sección transversal de la industria. Cuando sea posible, ninguna de los tres deberá vender un producto que compite específicamente con la compañía miembro que busca el Panel de Revisión de Apelaciones (en adelante, "El apelante"), y todos los esfuerzos se harán para evitar conflictos en seleccionar el panel. Si por cualquier razón, un miembro del Grupo Especial no puede cumplir con sus funciones, el Presidente de la Junta de DSA puede reemplazar esa persona con una nueva cita. Los representantes sirviendo en el Panel de Revisión de Apelaciones durante su tiempo en el Panel de tener los mismos derechos de indemnización de los directores y funcionarios por los estatutos de la DSA.

#### **5. Procedimiento para la Revisión de Apelaciones**

- a. Una compañía miembro debe hacer una solicitud para convocar una Apelaciones Revise Panel por escrito al Administrador dentro de los 20 días naturales de notificación del administrador de la insuficiencia de la compañía miembro para cumplir o medidas correctivas recomendadas por el Administrador. dentro de las 10 días naturales siguientes a la recepción de la solicitud, el Administrador notificará el Presidente de la Junta de DSA. El Comité Ejecutivo entonces vendrá seleccione el panel de tres personas como se establece en la Sección D.4.
- b. Apenas seleccionado el panel, el Administrador informará al Recurrente cuáles son los nombres de los participantes del mismo, incluso el nombre del que lo preside. Dentro de 14 días de tal

notificación, el Administrador enviará una copia de la Queja, todos los documentos pertinentes, junto con una explicación de los motivos en qué se basa su decisión de imponer medidas correctivas, a todos los participantes en el panel con copia al Recurrente. Una vez que haya recibido tal información, el Recurrente tendrá 14 días para presentar al panel las razones por las cuales las medidas correctivas no se deben imponer, junto con cualquier documento adicional pertinente. Copias de tal información también deben ser enviadas al Administrador.

- c. Una vez que los datos del Administrador y de la compañía miembro hayan sido recibidos por los participantes del panel, éste debe completar su examen dentro de 30 días naturales o tan pronto como sea posible. Si la revisión se refiere a si la pertenencia de la demandante en el DSA debe darse por concluido, el Panel decidirá si el fracaso de la compañía miembro de trabajar con el Administrador justifica la suspensión o terminación de la membresía de la demandante en el DSA. Si la revisión se refiere a la acción correctiva sugerida por el Administrador, el panel debe decidir si la decisión del Administrador de imponer medidas correctivas fue razonable en vista de todos los hechos y circunstancias involucrados y debe, o confirmar la decisión del Administrador, o revocarla, o imponer una sanción menor según Sección E. El panel podrá ponerse en contacto con el Administrador y el Recurrente y cualquier otra persona que sea testigo pertinente a la queja, según lo considere apropiado. La decisión del panel es definitiva, y debe ser comunicada oportunamente, tanto al Administrador como al Recurrente. Los costos de la apelación, tal como los costos de fotocopias, teléfonos, facsímiles y correo corren por cuenta del Recurrente.

## **E. PODERES DEL ADMINISTRADOR**

### **1. Remedios**

El Administrador que determine, conforme a la investigación provista en la Parte D, 3, que el miembro delatado ha cometido una o varias violaciones del Código de Ética, tiene el poder de recomendar a la compañía miembro acusado, remedios apropiados, sea individual o simultáneamente lo que incluye pero no se limite a lo siguiente:

- a. Restitución completa al querellante de las sumas que éste pagó por los productos del miembro acusado, que fueron asunto de la queja bajo el Código;
- b. Reemplazo o reparación del producto del miembro acusado, la venta del cual dio raíz a la queja bajo el Código;
- c. Pago de una contribución voluntaria a un fondo especial de contribuciones que será usado para propósitos publicitarios para diseminar el Código y datos pertinentes. La gama de tales contribuciones puede elevarse a \$1,000 por violación del Código.
- d. Sumisión al Administrador un cometido por escrito de cumplir con el Código de Ética en futuras transacciones y de ejercer la debida diligencia para asegurar que no habrán repeticiones de las prácticas que dieron raíz a la queja bajo el Código.
- e. Cancelación de las órdenes, devuelvan los productos comprados, cancelen o terminen las relaciones contractuales con el vendedor independiente u otros remedios.

## **2. Cierre del Caso**

Una vez que haya determinado que se han cumplido todos los remedios impuestos en un caso en particular, el Administrador debe ser considerado como cerrado.

## **3. Cumplimiento Denegado**

Si una compañía miembro se niega a cumplir voluntariamente con cualquier remedio que impone el Administrador, y no solicita revisión por parte del Panel de Revisión de Apelaciones, la Junta de Directores de DSA, o parte nombrada de la misma, puede decidir que se debe suspender al miembro o terminar su posición como miembro de la Asociación.

## **4. Solicitud de Readmisión después de una Suspensión o Terminación**

Si la Junta de Directores, o un grupo designado de lo mismo, suspende o termina una compañía miembro de conformidad con las disposiciones de este Código, el DSA notificará a la compañía miembro de una decisión de este tipo por correo certificado. Una compañía miembro suspendido, después de al menos 90 días naturales día siguiente al aviso, y una compañía miembro de terminado, después de al menos un año después de que la notificación , podrán solicitar la oportunidad tener su suspensión o terminación revisado por una

Revisión de Apelaciones Panel , que puede , a su discreción recomendar que la Junta de Directores reinstaurar membresía.

## **5. Referencia a una Agencia Estatal o Federal**

En el caso de una compañía miembro se ha suspendido o cancelado por el Consejo de Administración, o parte designada del mismo DSA, de conformidad con las disposiciones de este Código, el DSA informarán a la Comisión Federal de Comercio ("FTC") de dicha suspensión o terminación y deberá, si así lo solicita la FTC, presentar toda información útil sobre la base para la suspensión o terminación.

## **F. RESTRICCIONES**

### **1. Consulta con Terceros**

En ningún momento durante la investigación y audiencia de cargos contra un miembro, debe el Administrador, o miembro del Panel de Revisión de Apelaciones, consultar a ninguna persona sobre algún alegato de violación del Código, con excepción de lo que se dispone en este documento y según sea necesario para conducir la investigación y celebrar la audiencia. En ningún momento durante la investigación o audiencia de cargos, debe el Administrador o miembro del Panel de Revisión de Apelaciones consultar a un competidor del miembro que se alega ha violado el Código, a menos que sea necesario llamar a un competidor para aclarar los hechos, en cuyo caso la consulta con el competidor se hará con el único propósito de discutir los hechos. En ningún momento podrá un competidor participar en la disposición de un asunto por parte del Administrador o Panel de Revisión de Apelaciones.

### **2. Documentos**

A solicitud del Administrador para cualquier compañía miembro, todos documentos directamente relacionados con una presunta violación se entregarán al Administrador. Cualquier información que se identifica como propietario por la parte que la producción se llevará a cabo en la confianza. Siempre que el Administrador, ya sea por su propia determinación o en virtud de una decisión de un Panel de Revisión de Apelaciones, se cierra una investigación, toda documentos o bien deberán ser destruidos o devueltos, que se consideren apropiarse por el Administrador, salvo en la medida necesaria para la defensa de un desafío legal al Administrador de Apelaciones o de la opinión El manejo del panel de un asunto, o para la presentación de los datos pertinentes relativos a una queja a una

agencia local, estatal o federal. En ningún momento durante el procedimiento previsto en este Código deberá Administrador o un miembro de un Panel de Revisión de Apelaciones de forma unilateral o mediante la emisión DSA un comunicado de prensa en relación con las denuncias o conclusiones de una violación de la Código menos que sea autorizado expresamente para ello por el Comité Ejecutivo de la Junta de Directores de la DSA.

### **3. Miembros Pendientes de DSA**

Nada en la sección F impedirá que el administrador de notificar, por lo su discreción, los miembros del personal DSA de un supuesto violaciones del Código que han llegado a su conocimiento y que puede tener relación con las calificaciones de una compañía miembro pendiente para ser miembro activo.

### **4. Informes Públicos del Código de Ética Quejas y Esfuerzos de Cumplimiento por Compañías Miembros**

El Administrador podrá emitir informes periódicos sobre el Código de Ética cumplimiento incluyendo la divulgación de los números y tipos de quejas así como los esfuerzos de la compañía de condicionalidad. La emisión de estos informes no identificará quejas individuales.

### **G. RENUNCIA**

Renuncia a la posición de miembro por parte de una compañía acusada antes de completar los procedimientos establecidos bajo este Código no justifica terminación de los mismos, y una determinación de si existe una violación del Código será tomada por el Administrador a su juicio, sin tomar en cuenta si la compañía acusada sigue siendo miembro de la Asociación o participa en procesos por resolver la queja.

### **H. ENMIENDAS**

Este Código puede ser enmendado mediante el voto de dos tercios de los miembros de la Junta de Directores.

Según fue adoptado  
El 15 de junio de 1970

Según fue enmendado  
El 8 de diciembre 2015.